Digitized by the Internet Archive in 2023 with funding from University of Toronto

https://archive.org/details/31761117268201









# Department store sales and stocks

January 1991



Janvier 1991





## Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Ne	ewfoundland and Labrador	1-800-563-4255
	ova Scotia, New Brunswick nd Prince Edward Island	1-800-565-7192
Qu	uebec	1-800-361-2831
Or	ntario	1-800-263-1136
Ma	anitoba	1-800-542-3404
Sa	askatchewan	1-800-667-7164
Al	berta	1-800-282-3907
Sc	outhern Alberta	1-800-472-9708
	ritish Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
(a	ukon and Northern B.C. rea served by orthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
(a	orthwest Territories trea served by orthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

#### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

#### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la	

#### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-2011

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du bélinographe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

January 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

Juillet 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

## **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

#### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

#### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Rasia, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

## Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

#### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

## **Table of Contents**

## Table des matières

		Page		Page
High	lights	5	Points saillants	5
Tabl	e		Tableau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	<ol> <li>Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991</li> </ol>	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991</li> </ol>	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991</li> </ol>	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991</li> </ol>	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	<ol> <li>Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991</li> </ol>	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	<ol> <li>Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8. Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	<ol> <li>Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada 1988 à 1991</li> </ol>	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	<ol> <li>Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991</li> </ol>	23

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

## TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Page
Арр	endix		Appendice	
1.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Tex	t Table		Tableau explicatif	
I.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canad	la 29
II.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	30

## **Highlights**

## Seasonally Adjusted Data

- Department store sales including concessions totalled \$1,002 million in January 1991, a sharp decline of 18.0% from the previous month's revised total of \$1,222 million.
- December sales estimates include the Federal Sales Tax, whereas the Goods and Services Tax is excluded from January estimates. Removing the effect of this change, department store sales declined about 15% in January.
- The decline was broadly base with 37 of the 40 major commodity lines recording lower sales. The sales declines were most pronounced in the footwear, clothing and home furnishings categories. These groups had higher than average increases in December.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$4,006 million at the end of January. The ratio of stocks to sales stood at 4.60.1 in January, a sharp increase over the 4.04:1 ratio observed in December.

## Faits saillants

#### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour janvier 1991, les ventes des grands magasins, incluant les concessions, ont totalisé \$1,002 millions, soit une baisse importante de 18.0%, par rapport à l'estimation révisée de décembre (\$1,222 millions).
- Les ventes estimées de décembre incluent la taxe fédérale de vente tandis que les estimées de janvier excluent la taxe sur les produits et services. Abstraction faites de l'effet de cette taxe, les ventes des grands magasins ont diminué de 15% en janvier.
- En janvier, 37 des 40 rayons ont enregistré des ventes à la baisse. Les diminutions les plus prononcées se retrouvent dans les ventes de chaussures, vêtements et d'accessoires d'ameublement. Ces rayons, en décembre, enregistraient une hausse plus prononcée que l'augmentation moyenne.
- La valeur des stocks (valeur de vente) s'élevait à la fin de janvier 1991 à \$4,606 millions. Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.60:1 en janvier, une hausse importante comparativement au rapport de 4.04:1 observé en décembre.

### Note to Users

Percentage changes shown in these tables are not adjusted for the change in indirect taxes. Caution should be exercised in their use.

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sales tax is removed.

## Note aux utilisateurs

Les changements en pourcentage figurant dans ces tableaux ne sont pas ajustés en fonction du changement dans les taxes indirectes. Il faut les utiliser avec prudence.

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1989 to 1991

			Unadjusted	- Non désaisoni	nalisées	
		1989	199	0	1991	Change Variation
	Department	December	January	December	January	January 1991/1990
		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier	Janvier 1991/1990
10.			thousands	of dollars		per cent
			milliers de			pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	20,756	7,606	19,999	5,048	-33.6
2 3 4	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	24,414 119,469 5,648	10,776 46,392 2,413	26,515 121,051 4,277	8,390 38,966	-22. <b>1</b> -16.0
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	63,855	30,842	70,061	28,675	-7.0
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	32,268 57,035 23,327 4,579 25,470	8,486 12,700 14,010 1,236	30,962 59,914 26,884 4,720	7,217 11,755 12,320 1,301	-15.0 -7.4 -12.1 +5.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,057	10,876	26,474 51,546	10,206	-6.2 -1.6
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	38,893 52,998 189,444 37,910	14,901 16,290 39,095 9,655	42,899 53,579 196,613 36,110	12,957 12,024 38,697 8,437	-13.0 -26.2 -1.0 -12.6
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	27,681 68,110 179,962 25,429 3,818	9,653 17,797 58,638 7,719 2,301	29,719 72,198 184,355 25,808 3,962	8,594 21,022 52,572 6,907 1,686	-11.0 + 18.1 -10.3 -10.5 -26.7
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	70,088 15,767 47,402 14,664 16,522	45,285 9,978 12,361 9,958 11,715	77,778 15,476 48,108 16,650 16,667	37,072 8,559 11,245 6,627 8,419	-18.1 -14.2 -9.0 -33.5 -28.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	21,199	8,455	21,884	7,406	-12.4
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	54,495 63,850 131,042 97,738	51,334 43,228 41,479 33,292	62,586 64,052 142,312 99,307	32,317 28,674 35,551 31,317	-37.0 -33.7 -14.3 -5.9
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	57,520 13,729 77,266 108,703 80,343	21,303 8,015 12,695 13,368	56,564 13,250 73,164 113,985	18,239 6,909 11,718 14,582	-14.4 -13.8 -7.7 +9.1
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	85,277 18,510	23,732 23,858 9,406	79,532   85,687 20,134	21,724 21,879 9,077	-8.5 -8.3 -3.5
38 39 40	Meals and lunches Repairs and services All other departments	31,585 33,715 109,655	18,824 21,535 36,189	30,985 33,521 116,084	16,509 16,231 39,677	-12.3 -24.6 + 9.6
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,199,195	787,976	2,275,370	680,911	-13.6

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1989 à 1991

	Seasonally ad	ljusted - Désaiso	nnalisées		
	1990		1991	Change Variation	
Octoberr	November	December	January <sup>p</sup>	January 1991/ December 1990	Rayon
Octobre <sup>r</sup>	Novembrer	Décembre <sup>r</sup>	Janvier <sup>p</sup>	Janvier 1991/ Décembre 1990	
	thousands of	of dollars		per cent	
	milliers de			pourcentage	
13,884	13,880	14,373	10,597	-26.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
16,643 84,614	16,579 81,191	17,460 84,645	13,340 68,672	-23.6 -18.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures
48,959	49,132	48,836	41,513	-15.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
18,722 21,976 18,731 1,718 15,394	17,929 21,840 17,840 1,777 14,756	18,536 22,950 19,010 1,952 14,806	16,265 20,267 14,984 1,704 13,553	-12.3 -11.7 -21.2 -12.7 -8.5	
19,404	18,866	20,134	18,835	-6.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames
29,672 24,302 80,454 21,646	29,364 23,916 79,668 20,996	32,044 25,209 81,854 20,824	25,165 22,008 78,285 18,176	-21.5 -12.7 -4.4 -12.7	
16,727 32,451 82,720 11,442 2,776	17,205 31,723 78,131 11,179 2,855	18,271 31,926 79,198 11,240 3,364	15,342 32,344 73,188 9,890 2,298	-16.0 + 1.3 -7.6 -12.0 -31.7	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments
48,894 10,762 19,111 13,499 14,274	44,892 10,252 18,407 13,304 14,049	48,415 10,142 18,571 15,864 14,490	40,424 8,830 16,867 8,877 11,973	-16.5 -12.9 -9.2 -44.0 -17.4	Menus articles Porcelaine et verrerie
10,401	11,422	10,076	10,032	-0.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles
55,238 46,762 57,311 44,012	56,075 49,675 53,464 43,227	65,879 51,746 61,979 43,283	35,949 34,439 47,235 42,527	-45.4 -33.4 -23.8 -1.7	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques
34,733 10,789 25,967 35,673 44,925	34,180 10,517 25,068 33,863 41,922	35,240 10,573 24,772 34,037 42,870	30,066 10,040 24,888 35,135 34,742	-14.7 -5.0 + 0.5 + 3.2 -19.0	Jouets et jeux
35,719 14,036	34,162 14,575	35,047 14,903	32,018 12,308	-8.6 -17.4	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,
21,713 28,859 62,846	21,111 27,560 63,144	21,405 29,138 62,501	18,934 20,861 59,206	-11.5 -28.4 -5.3	réparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons
1,195,653	1,160,819	1,221,656	1,001,696		TOTAL, TOUS RAYONS

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1989 to 1991

	1991						
		Conside	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
	Type of department store	Canada	Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	Quebec
No.			Alexander	ada af dallara	milliers de dolla		
	Major department stores		lilousai	nos or donars =	Immers de dona		
1 2 3	1989 December 1990 January January-	1,259,636 471,349	x x	×	26,515 8,205	×	208,462 78,124
4 5 6	1990 December 1991 January January-	1,304,290 380,223	x x	x x	26,529 6,537	x x	223,947 58,440
	Percentage change						
7 8	January 1991/1990 January-	-19.3	×	х	-20.3	×	-25.2
	Junior department stores						
9 10 11	1989 December 1990 January January-	939,559 316,627	x x	×	53,515 15,031	x x	181,041 63,372
12 13 14	1990 December 1991 January January-	971,080 300,688	x x	x x	53,752 14,008	x x	185,429 56,699
	Percentage change						
15 16	January 1991/1990 January-	-5.0	x	x	-6.8	x	-10.5
	Total, all department stores						
17 18 19	1989 December 1990 January January-	2,199,195 787,976	27,515 7,740	13,707 4,805	80,031 23,235	52,804 15,099	389,503 141,496
20 21 22	1990 December 1991 January January-	2,275,370 680,911	34,857 8,538	13,316 4,446	80,281 20,545	51,875 13,862	409,376 115,139
	Percentage change						
23 24	January 1991/1990 January-	-13.6	+10.3	-7.5	-11.6	-8.2	-18.6

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1989 à 1991

	Genre de grand magasin	British Columbia	Alberta	Saskatchewan	Manitoba	Ontario
		Colombie- Britannique				
Nº			dollars	f dollars - milliers de	thousands	
	Grands magasins traditionnels		Uonars	i dollars Trilliers de	110034103 0	
1 2 3	1989 Décembre 1990 Janvier Janvier-	225,949 88,511	160,780 63,410	x x	51,627 20,024	532,230 193,590
4 5 6	1990 Décembre 1991 Janvier Janvier-	228,299 75,475	171,750 55,733	×	53,754 16,553	543,358 151,274
	Variation procentuelle					
7 8	Janvier 1991/1990 Janvier-	-14.7	-12.1	×	-17.3	-21.9
	Grands magasins populaires					
9 10 11	1989 Décembre 1990 Janvier Janvier-	89,788 31,454	78,003 29,224	x x	37,226 13,278	399,230 134,088
12 13 14	1990 Décembre 1991 Janvier Janvier-	97,850 31,185	80,939 26,861	×××	40,408 12,356	403,877 128,301
	Variation procentuelle					
15 16	Janvier 1991/1990 Janvier-	-0.9	-8.1	x	-6.9	-4.3
ns	Ensemble des grands magasins					
17 18 19	1989 Décembre 1990 Janvier Janvier-	315,737 119,965	238,783 92,634	60,802 22,021	88,853 33,302	931,460 327,678
20 21 22	1990 Décembre 1991 Janvier Janvier-		252,689 82,594	65,429 20,645	94,163 28,908	947,235 279,575
	Variation procentuelle					
23 24	Janvier 1991/1990 Janvier-	-11.1	-10.8	-6.2	-13.2	-14.7

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1989 to 1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréa
			thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1 2 3	1989 December 1990 January January-	66,655 26,761	72,389 28,582	x x	49,458 17,150	138,163 51,175
4 5 6	1990 December 1991 January January-	69,788 23,176	76,450 24,431	×	54,639 13,730	147,506 37,521
	Percentage change					
7 8	January 1991/1990 January-	-13.4	-14.5	×	-19.9	-26.7
	Junior department stores					
9 10 11	1989 December 1990 January January-	24,974 9,794	31,600 11,925	x x	20,335 6,429	80,459 27,114
12 13 14	1990 December 1991 January January-	23,516 7,788	32,514 10,912	x x	19,714 6,161	81,350 23,289
	Percentage change					
15 16	January 1991/1990 January-	-20.5	-8.5	x	-4.2	-14.1
	Total, all department stores					
17 18 19	1989 December 1990 January January-	91,629 36,555	103,989 40,507	43,006 13,000	69,793 23,579	218,622 78,289
20 21 22	1990 December 1991 January January-	93,304 30,964	108,964 35,343	42,011 11,092	74,353 19,891	228,856 60,810
	Percentage change					
	January 1991/1990 January-	-15.3	-12.7	-14.7	-15.6	-22.3

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1989 à 1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	N°
	thousands of	of dollars - milliers	de dollars			
					Grands magasins traditionnels	
58,275 22,793	x x	265,143   97,541	144,571 58,020	x x	1989 Décembre 1990 Janvier Janvier-	1 2 3
64,483 18,137	×××	261,596 74,190	144,369 47,979	x x	1990 Décembre 1991 Janvier Janvier-	4 5 6
					Variation procentuelle	
-20.4	X	-23.9	-17.3	х	Janvier 1991/1990 Janvier-	7 8
					Grands magasins populaires	
41,757 14,880	x x	109,071 37,294	32,958 11,684	x x	1989 Décembre 1990 Janvier Janvier-	9 10 11
40,551 13,720	x x	109,037 36,114	32,858 10,729	x x		12 13 14
					Variation procentuelle	
-7.8	x	-3.2	-8.2	х	Janvier 1991/1990 Janvier-	15 16
					Ensemble des grands magasins	
100,032 37,672	51,616 19,648	374,215 134,835	177,529 69,704	80,623 30,529		17 18 19
105,035 31,856	52,964 15,457	370,632 110,304	177,227 58,708	83,251 25,825	1990 Décembre 1991 Janvier Janvier-	20 21 22
					Variation procentuelle	
-15.4	-21.3	-18.2	-15.8	-15.4	Janvier 1991/1990 Janvier-	23 24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1989 to 1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
				number -	nombre		
	Major department stores		1		3		
1 2	1989 December 1990 January	324 324	2 2	1 1	10 10	5 5	53 53
3 4	1990 December 1991 January	333 332	3 3	1 1	10 10	5 5	54 53
	Junior department stores						
5 6	1989 December 1990 January	521 520	10 10	5 5	29 29	25 25	105 105
7 8	1990 December 1991 January	554 553	16 16	5 5	31 31	25 25	109 109
	Total, all department stores						
9 10	1989 December 1990 January	845 844	12 12	6	39 39	30 30	158 158
11 12	1990 December 1991 January	887 885	19 19	6	41 41	30 30	163 162

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1989 to 1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores					
1 2	1989 December 1990 January	15 15	21 21	6	12	29 29
3	1990 December 1991 January	14 14	22 22	6	14	29 29
	Junior department stores					
5 6	1989 December 1990 January	14 14	17 17	11	10 10	42 42
7 8	1990 December 1991 January	13 13	17 17	11	10	42 42
	Total, all department stores					
9 10	1989 December 1990 January	29 29	38	17 17	22	71
11 12	1990 December 1991 January	27 27	39 39	17 17	24	71 71 71

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1989 à 1991

Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°				
	number - nombre								
				Grands magasins traditionnels					
13 13	13 13	48 48	52 52	1989 Décembre 1990 Janvier	1 2				
13 13	13 13	50 50	52 52	1990 Décembre 1991 Janvier	3 4				
				Grands magasins populaires					
21 21	19 19	44	51 51	1989 Décembre 1990 Janvier	5				
23 23	22 22	46 46	57 57	1990 Décembre 1991 Janvier	7 8				
				Ensemble des grands magasins					
34 34	32 32	92 92	103 103	1989 Décembre 1990 Janvier	9				
36 36	35 35	96 96	109 109	1990 Décembre 1991 Janvier	11 12				
	13 13 13 13 21 21 23 23 34 34 34	number - nombre  13	number - nombre  13	Manitoba         Saskatchewan         Alberta         Columbia Colombie-Britannique           number - nombre         13         13         48         52           13         13         48         52           13         13         50         52           13         13         50         52           13         13         50         52           21         19         44         51           21         19         44         51           23         22         46         57           23         22         46         57           34         32         92         103           34         32         92         103           34         32         92         103           34         32         92         103           36         35         96         109	Manitoba   Saskatchewan   Alberta   Columbia   Colombie-Britannique   Genre de grand magasin				

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1989 à 1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	Nº
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
13 13	8	52 52	27 27	12 12	1989 Décembre 1990 Janvier	1 2
15 15	7 7	54 54	27 27	12 12	1990 Décembre 1991 Janvier	3 4
					Grands magasins populaires	
22 22	13 13	57 57	16 16	17 17	1989 Décembre 1990 Janvier	5 6
21 21	13 13	59 58	17 17	17 17	1990 Décembre 1991 Janvier	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	21 21	109 109	43 43	29 29	1989 Décembre 1990 Janvier	9
36 36	20 20	113 112	44 44	29 29	1990 Décembre 1991 Janvier	11 12



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989-1991

		Department stores  Grands magasins					
Period Période	Tota	al	Majo Tradition		Junior Populaires		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre Year – Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7	
1990							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	787,976 775,152 1,029,006 1,054,996 1,127,339 1,164,775 989,963 1,127,311 1,155,420 1,214,722 1,527,210 2,275,370 14,229,240	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	471,349 447,206 586,754 567,811 611,761 653,881 539,359 606,619 681,467 688,146 858,285 1,304,290 8,016,928	59.8 57.7 57.0 53.8 54.3 56.1 54.5 53.8 58.9 56.6 56.2 57.3 56.3	316,627 327,946 442,252 487,186 515,579 510,894 450,605 520,693 473,953 526,576 668,925 971,080 6,212,316	40.2 42.3 43.0 46.2 45.7 43.9 45.5 46.2 41.1 43.3 43.8 42.7 43.7	
1991							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	680,911	100.0	380,223	55.8	300,688	44.2	

## TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

## TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January - Janvier-

	Department	Sales - Ver	ntes	Change 1991/1990
		1990	1991	Variation
	Rayon	1330	1331	1991/1990
)		Al- a - a - a - a - a - a - a - a - a - a	allara	
		thousands of d milliers de do		per cen pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles			
3	Women's and misses' sportswear – Vêtements sports pour dames et jeunes filles			
4	Furs - Fourrures			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment – Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6 7	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8	Intimate apparel – Sous-vêtements			
9	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
1	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
2	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
3	Men's clothing - Vêtements pour hommes			
4 5	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes  Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons			
6	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garcons			
7 8	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes  Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	-	1	
9	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques		tive figures wi	li .
0	Piece goods - Tissus à la pièce Linens and domestics - Literie et linge de maison	, ,	ear here in quent issues	
2	Smallwares and notions - Menus articles	Locah	iffran aumuláa	
3	China and glassware - Porcelaine et verrerie		iffres cumulés Int ici dans les	
4 5	Floor coverings – Revêtements de plancher	,	s subséquents	
6	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
7 8	Furniture - Meubles			
٥	Major appliances - Gros appareils ménagers			
9	Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques			
1	Hardware, paints, wallpaper, etc. — Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials — Matériel de plumberie			
3	chauffage et construction  Jewellery - Bijouterie			
4	Toys and games - Jouets et ieux			
5	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
6 7	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
8	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
9	Repairs and services - Services et travaux de réparation All other departments - Tous autres rayons			
1	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1989 à 1991

No   Décembre   Janvier   Décembre   Danvier   Danvier   Décembre   Danvier   Danvie				Unac	djusted - Non	désaisonnalis	sés	
No			1989	199	0	1991	Change -	· Variation
No			December	January	December	January	decembér	January 1991/1990
Women's and misses' dresses housedresses, aprons uniforms — Fobes robes de menage tablers et uniformes pour dames et jeunes filles   44,110   39,801   49,001   41,613   -15,1   43,468   34,338   -21,0   36,349   33,151   43,468   34,338   -21,0   34,468   34,348	No.		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier	décembre	Janvier 1991/1990
uniforms = Robes, robes de ménage, tableies et uniformes pour dames et jeunes files   Manteux et   Women s and misses coats and suits   Manteux et   36,349   33,151   43,468   34,338   -21.0			thou	sands of dollar	s - milliers de	dollars	per cent -	pourcentage
tuniformes pour dames et jeunes filles	1							
tailleurs pour dames et jeunes filles  Women's and misses sportswear – Vetements sports  For and misses sportswear – Vetements sports  Girls' and teenage girls ware vetements  Girls' and teenage girls ware – Vetements de fillettes et d'adolescentes  Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements  Girls' and teenage girls ware – Vetements de fillettes et d'adolescentes  Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements  de nitul pour dames  Hillen sport de service de fillettes  Girls' and teenage girls ware – Vêtements de fillettes et d'adolescentes  Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements  de nitul pour dames  Hillen y – Chapeaux  Women's and girls flosiery – Bas pour dames et fillettes  Women's and girls' flosiery – Bas pour dames et fillettes  Women's and girls' flosiery – Chaussures popur dames, jeunes filles et entants  Women's misses and children's lootwear – Chaussures popur dames, jeunes filles et entants  Men's clothing – Vetements pour hommes  Hen's clothing – Vetements pour hommes  Boys' clothing and furnishings – Vetements et articles de flazion  Men's and boys' flosiever – Chaussures pour hommes  et garcons  Men's and boys' flosiever – Chaussures pour hommes  et garcons  Toold make, jeunes filles et entants  Toileittes, coert entants et a d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et a d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et a d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et a d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et a d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et a d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et plancher et la d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et plancher et la d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et plancher et la d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et plancher et la d'auge – Articles de toilette,  Toileittes, coert entants et plancher et la d'auge – Articles de plancher et la d'auge – Article		et uniformes pour dames et jeunes filles	44,110	39,601	49,001	41,613	-15.1	+5.1
Dour dames et jeunes filles   240,724   222,506   250,312   234,159   -6.5		tailleurs pour dames et jeunes filles	36,349	33,151	43,468	34,338	-21.0	+ 3.6
Infants   and children's wear and nursery equipment - Vetements pour bebes et enfants   118,150   111,167   152,779   135,644   -11,2   136,644   -11,2	3	pour dames et jeunes filles			250,312	234,159	-6.5	+5.2
Vêtements pour bébès et enfants et articles de chambres d'enfants sur les chambres d'enfants et articles de chambres d'enfants et articles de fillettes et d'adolescentes de fillettes et d'adolescentes de mut pour d'ames et le litte et d'adolescentes de nut pour d'ames et l'engerie et vêtements de fillettes et d'adolescentes de nut pour d'ames et l'engerie et vêtements et avec de l'engerie et vêtements de nut pour d'ames et l'engerie et vêtements et avec d'avec d'a			16,137	11,278			• · ·	
Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nut pour dames s'elepewear - Lingerie et vêtements de nut pour dames s'elepewear - Lingerie et vêtements de nut pour dames s'elepewear - Lingerie et vêtements de nut pour dames s'elepewear - Lingerie et vêtements de nut pour dames s'elepewear - Lingerie et vêtements de nut pour dames et fillettes (a.80, 3.273, 83.871, 79.177, 4.56, 6.504, 4.870, 2.254, 4.870, 2		Vêtements pour bébés et enfants et articles de	118 150	111.167	152.779	135.644	-11.2	+ 22.0
Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames leur pour dames et fillettes leur pour dames leur pour dames et fillettes leur pour dames jeunes filles et enfants leur de la leur pour dames jeunes filles et enfants leur de la leur pour dames jeunes filles et enfants leur de la leur pour dames jeunes filles et enfants leur dames leur pour garçons leur dames leur pour garçons leur dames leur pour garçons leur pour gargons leur pour garçons leur pour gargons leur pour gargon	6		110,750	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	702,110	100,011		
de nut pour dames	7		58,123	48,355	53,214	46,833	-12.0	-3.1
Millinery - Chapeaux		de nuit pour dames						+2.4 +3.3
Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moultes at articles de parure pour dames et fillettes (Momen's, misses' and children's followear – Chaussures pour dames, eunes filles et en fillentes (Chaussures pour dames, eunes filles et en fillentes pour dames, eunes filles et en fillentes (Chaussures pour dames) (Chaussures pour dames) (Chaussures pour hommes et gracoms) (Chaussures pour hommes et garçons) (Chaussures pour homme	9	Millinery - Chapeaux	4,880	3,273	6,530	4,870	-25.4	+ 48.8
moufles et articles de parure pour dames et fillettes pour dames, jeunes filles et enfants 1 Men's clothing - Vêtements pour hommes 1 Men's clothing - Vêtements pour hommes 1 Men's clothing - Vêtements pour hommes 2 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes 2 Men's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 3 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's connexes 5 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 2 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 3 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 4 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 5 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 5 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes 6 Men's an		,	56,764	54,131	01,990	50,559	~0.0	T 4.5
Dour dames, jeunes filles et enfants   124,324   102,199   123,787   96,745   -21.8		moufles et articles de parure pour dames et fillettes	66,598	58,619	76,590	59,895	-21.8	+2.2
Men's furnishings — Articles d'habillement pour hommes Boys' Clothing and furnishings — Vêtements et articles d'habillement pour garçons   61,250   55,450   36,082   33,895   -6,1		pour dames, jeunes filles et enfants						-5.3 -3.3
Cirbabillement pour garçons	14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes						+ 1.1
Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons   89,495   65,303   85,752   56,794   -33.8	15		61,250	55,450	36,082	33,895	-6.1	-38.9
Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes   35.483   34.771   46.682   50.510   +8.2	16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes	00.405	05.000	05.750	EC 704	22.0	-13.0
Toiletries, cosmetics and drugs — Articles de toilette, cosmetiques et médicaments photographic equipment and supplies — Appareils et fournitures photographiques — 54,361 — 51,769 — 55,728 — 45,756 — 17,9 — 15,5 — 15,5 — 15,5 — 16,1 — 15,5 — 16,1 — 15,5 — 16,1 — 15,5 — 16,1	17							
Cosmétiques et médicaments   395,268   356,374   361,104   310,065   -14.1	18		35,483	34,771	46,682			+ 45.3
fournitures photographiques Piece goods — Tissus à la pièce de piece de la pièce de plancher Piece goods — Tissus à la pièce de la	19	cosmétiques et médicaments	395,268	356,374	361,104	310,065	-14.1	-13.0
21		fournitures photographiques						-11.6 -15.8
Smallwares and notions - Menus articles								+4.6
Floor coverings - Revêtements de plancher   Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses   St. 198   93,008   83,069   73,064   -12.0	22	Smallwares and notions - Menus articles						+3.1
Page	24	Floor coverings - Revêtements de plancher						-20.2
Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison  Furniture – Meubles  Major appliances – Gros appareils ménagers  Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques  Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.  Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction  Jewellery – Bijouterie  Toys and games – Jouets et jeux  Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises  Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues  Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessories d'automobile,	25		85,198	93,008	83,069	73,064	-12.0	-21.4
d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles Major appliances – Gros appareils ménagers Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques  Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.  Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction Jewellery – Bijouterie Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessories d'automobile,	26							
Major appliances - Gros appareils ménagers   114,280   203,554   209,663   280,363   232,337   -17.1	0.7	d'ameublement pour la maison						-0.1 -3.7
Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques   207,599   191,464   202,279   172,045   -14.9	28	Major appliances - Gros appareils ménagers	114,280	103,554	100,702	94,003	-6.7	
Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.   158,122   155,733   168,801   150,341   -10.9		Housewares and small electrical appliances - Articles						
papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction  Jewellery – Bijouterie  Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises  Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, hulle, accessories d'automobile,	24		207,599	191,464	202,279	172,045	-14.9	-10.1
plomberie, chauffage et construction   70,838   64,985   55,731   50,824   -8.8   165,667   151,882   171,510   152,347   -11.2   132,375   152,439   127,534   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   171,510   152,347   -16.3   150,824   160,202   137,100   -14.4   150,824   160,202   137,100   150,824   160,202   137,100   150,824   160,202   137,100   160,824   160,202   160,824   160,202   160,824   160,202   160,824   160,202   160,824   160,202   160,824   16		papier-tenture, etc.	158,122	155,733	168,801	150,341	-10.9	-3.5
Toys and games – Jouets et jeux Toys and games – Jouets et jeu	32	plomberie, chauffage et construction						
Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises 192,849 179,643 241,308 179,289 -25.7 36 Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues 168,506 139,428 160,202 137,100 -14.4 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessories d'automobile,							-16.3	-3.7
Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessories d'automobile,	35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises						
		Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile,						
reparation et fournitures 73,651 70,186 72,952 64,496 -11.6 8 6 -25.0 9 8 6 -25.0	38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	9	9	8	6	-25.0	-33.3
39 Repairs and services - Services et travaux de réparations 4,158 122 192 142 -26.0 40 All other departments - Tous autres rayons 106,412 93,338 106,193 102,630 -3.4	39	Repairs and services - Services et travaux de réparations						
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS 4,324,560 3,971,544 4,457,056 3,868,833 -13.4							-13.4	-2.6

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1989 to 1991

			Stock-sales/Sto	ocks-ventes	
	Department	1989	1990	1991	
		December	January	December	January
No.		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	2.13	5.21	2.45	8.24
2	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	1.49	3.08	1.64	4.09
4	Furs	2.01	4.80 4.67	2.07	6.01
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	1.85	3.60	2.83	4.73
6	Girls' and teenage girls' wear	1.80	5.70	1.70	0.40
7	Lingerie and women's sleepwear	1.19	4.93	1.72	6.49 5.45
8	Intimate apparel Millinery	3.58	5.47	3.12	6.43
10	Women's and girls' hosiery	1.07	2.65 4.98	1.38	3.74 5.54
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	1.36			
12	Women's, misses' and children's footwear	3.20	5.54 6.86	1.49 2.89	5.76 7.47
13 14	Men's clothing	1.95	5.73	1.94	7.47
15	Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	1.24 1.62	5.77	1.26	5.90
16	Men's and boys' footwear		5.74	1.00	4.02
17	Food and kindred products	3.23	6.76	2.89	6.61
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.52	1.95 6.08	0.65	2.40
19 20	Photographic equipment and supplies	2.14	6.71	1.96 2.16	5.90 6.62
20	Piece goods	5.94	8.25	4.78	9.49
21	Linens and domestics	3.14	4.66	3.38	5.05
22	Smallwares and notions China and glassware	3.27	4.87	3.77	5.95 5.85
24	Floor coverings	2.37	8.84	2.37	9.28
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4.39 5.16	6.61 7.94	3.55	7.93
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	7.54	4.98	8.68
27	Furniture	2.52	6.08	2.58	6.94
28	Major appliances	3.44	3.41	2.82	5.21
29 30	Television, radio and music	1.77	2.40 5.05	1.57 1.97	3.28 6.54
50	Housewares and small electrical appliances	2.12	5.75	2.04	5.49
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	2.75	7.31	0.00	
32	Plumbing, heating and building materials Jewellery	5.16	8.11	3.00 4.21	8.24 7.36
34	Toys and games	2.14	11.96	2.34	13.00
35	Sporting goods and luggage	1.29	9.90	1.34	8.75
36	Stationery, books and magazines	2.40	7.57	3.03	8.25
37	Gasolinery, oloks and magazines Gasoliner, oil, auto accessories, repairs and supplies	1.98	5.84	1.87	6.27
38	Meals and lunches	3.98	7.46	3.62	7.11
39	Repairs and services	0.12	0.01		
	All other departments	0.97	0.01 2.58	0.01	0.01 2.59
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1.97			2.00
		1.97	5.04	1.96	5.68

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1989 à 1991

Sales-sto	ock/Vente	es-stocks			
1989	1990		1991	Rayon	
December Janu	uary	December	January		
Décembre Jan	nvier	Décembre	Janvier		No
0.37	0.18	0.32	0.11	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.48	0.31	0.44	0.22	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
	0.20	0.40	0.16	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
	0.18	0.30		Fourrures	4
0.47	0.27	0.39	0.20	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
	0.16	0.43	0.14	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
	0.19	0.55	0.17	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
	0.17	0.30	0.15	Sous-vêtements	8
	0.30	0.52	0.23	Chapeaux Bas pour dames et fillettes	10
0.40	0.20	0.36	0.17	bas pour dames et illettes	10
0.55	0.17	0.51	0.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
	0.13	0.32	0.12	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
	0.17	0.40	0.12	Vêtements pour hommes	13
-	0.17	0.60	0.16	Articles d'habillement pour hommes	14
0.47	0.17	0.72	0.24	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
	0.12	0.32	0.12	Chaussures pour hommes et garçons	16 17
	0.51	1.08	0.43	Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
	0.16 0.15	0.44	0.16	Appareils et fournitures photographiques	19
	0.15	0.43	0.14	Tissus à la pièce	20
0.31	0.21	0.30	0.15	Literie et linge de maison	21
0.29	0.20	0.25	0.16	Menus articles	22
	0.11	0.37	0.10	Porcelaine et verrerie	23
	0.15	0.28	0.12	Revêtements de plancher	24
0.19	0.13	0.20	0.11	Tentures, rideaux et housses	25
	0.16	0.31	0.14	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	26 27
,	0.28	0.36	0.19	Meubles	28
	0.40	0.58	0.29	Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique	29
	0.19	0.47	0.14	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.33	0.14	0.30	0.11	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
	0.12	0.23	0.13	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
	0.08	0.36	0.07	Bijouterie	33
0.54	0.10	0.53	0.10	Jouets et jeux	34
0.36	0.13	0.28	0.10	Articles de sport et valises	35
0.43	0.15	0.45	0.15	Papeterie, livres et revues	36
	0.13	0.27	0.13	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
				Repas et casse-croûtes	38
	0.06	111.2	97.19	Services et travaux de réparation	39
0.78	0.36	0.80	0.38	Tous autres rayons	40
0.44	0.19	0.43	0.16	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Canada, 1988 a	1991			
Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988  January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,372,607 4,410,324 4,488,582 4,460,466 4,531,372 4,575,771 4,541,173 4,563,290 4,534,643 4,564,659 4,581,248 4,562,002	-0.2 + 0.9 + 1.8 -0.6 + 1.6 + 1.0 -0.8 + 0.5 -0.6 -0.7 + 0.4
1989				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 3.9 + 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,596,949 4,637,502 4,486,108 4,669,943 4,681,852 4,665,922 4,721,454 4,682,947 4,777,751 4,895,803 4,798,767 4,772,858	+1.1 +0.9 -3.3 +4.1 -0.3 -0.3 +1.2 -0.8 +2.0 +2.5 -2.0
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Jun July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre 1991	3,971,544 4,389,942 4,761,231 4,912,893 4,806,189 4,536,528 4,630,711 4,934,383 5,322,392 5,825,395 5,999,076 4,469,162	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.7 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,699,721 4,781,224 4,727,050 4,805,051 4,778,337 4,822,153 4,884,985 4,967,353 5,016,833 4,993,268r 5,008,925r 4,936,196r	-1.5 +1.7 -1.1 +1.7 -0.6 +0.9 +1.3 +1.7 +1.0 -0.5r +0.3r -1.5r
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,868,883	-2.6	4,606,436р	-6.7р

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - millier	s de dollars	per cent - p	ourcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986	-12.5	-8.5
	millions of o	dollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,644.0 2,642.0 2,676.0 2,709.0 2,705.0 2,836.0 2,838.0 2,844.0 2,832.0 2,844.0 2,844.0 2,844.0	2,876.0 2,905.0 2,911.0 2,918.0 2,938.0 2,977.0 2,975.0 2,961.0 2,942.0 2,921.0r 2,977.0r 2,808.0r	2,657p	-5.4р	-7.6p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



## Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

## Appendice I

## CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales- stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951- 9656.

#### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

#### NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont asées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

## Appendix II

## List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of Scope, Jan. 1991)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

## **Junior Department Store Organizations**

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgamated with Zeller's Inc., Jan. 1991)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

## Appendice II

## Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors-champ, janv. 1991)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

## Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (fusionner avec Zeller's Inc., janv. 1991)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

# Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - January Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Janvier

	Respons	Response fraction <sup>2</sup>	
	Taux de r	Fraction de réponse <sup>2</sup>	
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	97.8	83.3	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		83.3	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		83.3	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		100.0	100.0

<sup>1</sup> The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

## TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

## Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990		1991	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January – Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	5	26	5
April - Avril	24	4	26	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	5	26	5
July - Juillet	25	4	26	4
August - Août	27	4	26	5
September - Septembre	24	5	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	4	26	5
December - Décembre	25	5	25	4

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

<sup>3</sup> Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

## SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

## CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

#### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

## Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques.A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

 $N^{\circ}$  11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



## ORDER FORM

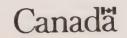
## Statistics Canada Publications

		FAX TO: (613) 951-1584	METHOD OF PAYMENT						
Publication Sales Statistics Canada		This fax will be treated as an original order. Please do not	Purchase Order Number (please enclose)						
	tario, K1A 0T6	send confirmation.	Payment enclosed \$						
(Please print)				Bill me later (m.	ax. \$500)				
Company			. Char	ge to my:		MasterCa	rd [	VIS	SA
Attention			- 1	Account Number	_		7		
Address			-	Expiry Date					
City		Province		iture					
Postal Code		Tel	Clien	Reference Nu	mber				
						al Subscr Book Pri			Tatal
Catalogue Number		Title .		Required Issue	Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$	Qty	Total \$
					l	-			
						S	UBTOTAL		
Canadian cus	tomers add 7% Goods	and Services Tax.					GST (7%)		
Please note the might include	nat discounts are applie special shipping and ha	ed to the price of the publication and and and and and the GST.	not to the	e total amount v	which	GR	AND TOT	AL	
Cheque or mo	oney order should be m he United States and o	nade payable to the Receiver Genera ther countries pay total amount in US	for Car	ada/Publication	ns. Canad bank.	ian clients	pay in Ca	nadian f	unds.
For faster se	ervice	1-800-267-66	77 7			VISA an	d MasterC Accou		PF 03681 1991-01

Version française de ce bon de commande disponible sur demande



Statistics Statistique Canada



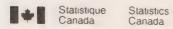


## **BON DE COMMANDE**

## Publications de Statistique Canada

POSTEZ À: TÉLÉCO	PIEZ À: (613) 951-1584	MODALITÉS DE PAIEMENT						
	ecopié tient lieu de	Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)						
	commande originale. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.		Paiement inclus				\$	
(En caractères d'imprimerie s.v.p.)			Envoyez-moi la	a facture pl	us tard (m	ax. 500 \$)		
Entreprise		Porte	ez à mon com	pte :	MasterC	Card	□ vi	SA
Service								
À l'attention de			Nº de compte					
Adresse			Date d'expiration	on				
Ville	Province	Signa	ature					
Code postal	Tél.	Nume	éro de référenc	e du client				
				Abor	nement a	nnuel		
Numára au	Titae		Édition		de la pub		0.7	- ·
Numéro au catalogue	Titre		demandée	Canada	Canada États- Autres		Qté	Total \$
				\$	Unis \$ US	pays \$ US		
						TOTAL		
Les clients canadiens ajoutent la taxe de 7 %	sur les produits et services.				Т	PS (7 %)		
Veuillez noter que les réductions s'appliquent pouvant inclure des frais de port et de manute	ention particuliers et la TPS.					L GÉNÉR		
Le chèque ou mandat-poste doit être fait à l'o canadiens; les clients à l'étranger paient le m	ordre du Receveur général du C ontant total en dollars US tirés	anada sur une	- Publication e banque améri	s. Les clie caine.	ents canad	diens paien	t en do	llars
Pour un service plus rapide, composez	1-800-267-6677	7	?		Com	otes VISA MasterCa	et ard	PF 03681 1991-01

This order coupon is available in English upon request



Canadä

# INTERESTED IN ACQUIRING A CANADIAN ORIGINAL?

Then *Canadian Social Trends* is the acquisition for you. A first on the Canadian scene, this journal is claiming international attention from the people who need to know more about the social issues and trends of this country.

Drawing on a wealth of statistics culled from hundreds of documents, *Canadian Social Trends* looks at Canadian population dynamics, crime, education, social security, health, housing, and more.

For social policy analysts, for trendwatchers on the government or business scene, for educators and students, *Canadian Social Trends* provides the information for an improved discussion and analysis of Canadian social issues.

Published four times a year, *Canadian Social Trends* also features the latest social indicators, as well as information about new products and services available from Statistics Canada.

## CANADIAN SOCIAL TRENDS

(Catalogue No. 11-008E) is \$34 annually in Canada, US\$40 in the United States and US\$48 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

For faster service, fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# VOUS DÉSIREZ FAIRE L'ACQUISITION D'UNE OEUVRE ORIGINALE?

Alors **Tendances sociales canadiennes** est la publication qu'il vous faut. Première en son genre sur la scène canadienne, cette revue retient l'attention des gens d'ici et d'ailleurs qui désirent en savoir plus sur les questions sociales de l'heure au pays.

À l'aide d'abondantes statistiques extraites de nombreux documents, *Tendances sociales canadiennes* brosse le tableau de la dynamique de la population canadienne, de la criminalité, de l'éducation, de la sécurité sociale, de la santé, de l'habitation et de plusieurs autres sujets.

Que ce soit pour les analystes de la politique sociale, les analystes des tendances oeuvrant au sein des administrations publiques et du monde des affaires, les enseignants ou encore les étudiants, *Tendances sociales canadiennes* dégage l'information nécessaire à des discussions et des analyses approfondies relativement aux questions sociales.

**Tendances sociales canadiennes** présente également les plus récents indicateurs sociaux de même que des renseignements relatifs aux produits et services qu'offre Statistique Canada.

## TENDANCES SOCIALES CANADIENNES

Ce trimestriel (No 11-008F au catalogue) se vend 34 \$ l'abonnement annuel au Canada, 40 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.





## What happened to the cost of living last month?

## The Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), The Consumer Price Index gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer

This monthly publication covers:

- transportation
   health and personal care
- food
- recreation, reading and education
- clothing housing
- tobacco products and alcoholic beverages

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of change.

#### Get the facts.

Subscribe to The Consumer Price Index (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$93 in Canada, US\$112 in the United States and US\$130 in other countries.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.



## Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, L'indice des prix à la consommation vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur:

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changement.

#### Abonnez-vous!

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 93 \$ au Canada, 112 \$ US aux États-Unis et 130 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1 A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using VISA or MasterCard, call toll-free.

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677



Catalogue 63-002 Monthly

# Department store sales and stocks

February 1991

Catalogue 63-002 Mensuel

# Ventes et stocks des grands magasins

Février 1991







### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick	4 000 505 7400
and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by	
NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by	
NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

#### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest	

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-2011

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du bélinographe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

February 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

## Ventes et stocks des grands magasins

Février 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

Juillet 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

## **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- <sup>p</sup> preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

#### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

#### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Rasia, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

## Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

#### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Lapiante, économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

## **Table of Contents**

## Table des matières

		Page			Page
High	lights	5	Poin	ts saillants	5
Table	•		Table	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

## TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Page
Арр	endix		Appendice	
1.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Text	Table		Tableau explicatif	
l.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
11.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	30

## **Highlights**

## Seasonally Adjusted Data

- Department store sales including concessions totalled \$1,090 million in February 1991, a sharp increase of 8.8% over the previous month's revised total of \$1,002 million.
- The 8.8% increase in department stores sales in February, followed a notable decline of 15.0% (after adjustment in indirect taxes) in January and a gain of 5.5% in December 1990. In spite of the strong gain in February, sales were about 3.9% lower than the same month last year, after adjustment for tax changes.
- The increase was broadly based with 25 of the 40 major commodity lines recording higher sales. The sales gains were most pronounced in the clothing, furniture and home furnishings categories. These groups had unusually large declines in January.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$4,739 million at the end of February. The ratio of stocks to sales stood at 4.35.1 in February, a sharp decrease from the 4.59:1 ratio observed in January.

## Faits saillants

#### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour février 1991, les ventes des grands magasins, incluant les concessions, ont totalisé \$1,090 millions, soit une hausse importante de 8.8%, par rapport à l'estimation révisée de janvier (\$1,002 millions).
- La hausse de 8.8% des ventes des grands magasins, en février, fait suite à une baisse importante de 15% (après ajustement dans les taxes indirectes) en janvier et d'une hausse de 5.5% en décembre 1990. Malgré la forte hausse en février, les ventes furent environ 3.9% inférieures à celles du même mois de l'année dernière (après ajustement dans les taxes).
- En février, 25 des 40 rayons ont enregistré des ventes à la hausse. Les augmentations les plus prononcées se retrouvent dans les ventes de vêtements, de meubles et d'accessoires d'ameublement. Ces rayons, en janvier, enregistraient des diminutions très importantes.
- La valeur des stocks (valeur de vente) s'élevait à la fin de février 1991 à \$4,739 millions. Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.35:1 en février, une baisse importante comparativement au rapport de 4.59:1 observé en janvier.

### Note to Users

Percentage changes shown in these tables are not adjusted for the change in indirect taxes. Caution should be exercised in their use.

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

#### Note aux utilisateurs

Les changements en pourcentage figurant dans ces tableaux ne sont pas ajustés en fonction du changement dans les taxes indirectes. Il faut les utiliser avec prudence.

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted	- Non désaison	nalisées	
		1990		1991		Change Variation
	Department	January	February	January	February	February 1991/1990
Ma		Janvier	Février	Janvier	Février	Févrie 1991/1990
No.			thousands of	f dollars		per cent
			milliers de	dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	7,606	9,094	5,048	6,826	-24.9
2 3 4	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	10,776 46,392	11,207 50,856	8,390 38,966	8,795 47,126	-21.5 -7.3
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	2,413 30,842	1,767 34,760	28,675	34,930	+ 0.5
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	8,486 12,700 14,010 1,236 10,876	10,666 13,553 11,528 1,063 10,896	7,217 11,755 12,320 1,301 10,206	8,810 12,602 14,669 845 10,690	-17.4 -7.0 +27.2 -20.5 -1.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,577	10,344	10,405	8,534	-17.5
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	14,901 16,290 39,095 9,655	15,721 14,636 44,832 11,217	12,957 12,024 38,697 8,437	14,414 10,584 39,131 9,595	-8.3 -27.7 -12.7 -14.5
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	9,653 17,797 58,638 7,719 2,301	10,513 22,419 59,845 7,224 2,572	8,594 21,022 52,572 6,907 1,686	8,128 21,842 56,530 6,178	-22.7 -2.6 -5.5 -14.5
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	45,285 9,978 12,361 9,958 11,715	31,985 8,398 10,865 10,145	37,072 8,559 11,245 6,627	1,745 30,834 7,878 10,094 7,821	-32.2 -3.6 -6.2 -7.1 -22.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,455	7,266	8,419 7,406	9,902 7,068	-9.4 -2.7
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	51,334 43,228 41,479 33,292	42,032 36,279 39,695 32,905	32,317 28,674 35,551	32,394 29,002 34,374	-22.9 -20.1 -13.4
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	21,303 8,015 12,695 13,368	19,755 7,266 14,928 14,235	31,317 18,239 6,909 11,718 14,582	34,052 18,404 5,470 12,954 14,233	+ 3.5 -6.8 -24.7 -13.2
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	23,732 23,858 9,406	24,161 24,680 8,636	21,724 21,879 9,077	20,164 23,578 7,367	-16.5 -4.5 -14.7
38 39 40	Meals and lunches Repairs and services All other departments	18,824 21,535 36,189	17,942 20,082 38,256	16,509 16,231 39,677	16,322 18,598 42,710	-9.0 -7.4 + 11.6
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	787,976	775,152	680,911	705,191	-9.0

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

		Change Variation		1991		1990	
	Rayon	February/ January 1991	February <sup>p</sup>	January	December	November <sup>r</sup> Decemb	
		Février/ Janvier 1991	Février <sup>p</sup>	Janvier	Décembre <sup>r</sup>	Novembre <sup>r</sup>	
		per cent		f dollars	thousands o		
		pourcentage		dollars	milliers de		
formes	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes	+ 12.2	11,899	10,605	14,309	13,813	
	pour dames et jeunes filles Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes fille Vêtements sports pour dames et jeunes filles	+ 9.5 + <b>11</b> .1	14,590 76,117	13,321 68,529	17,445 84,546	16,436 81,046	
cles	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	+ 12.3	46,886	41,745	48,879	49,083	
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes	+ 0.5 + 2.8 + 40.8 -10.2 + 4.8	16,679 20,845 21,091 1,480 14,214	16,598 20,284 14,982 1,648 13,562	18,647 22,943 19,113 1,989 14,790	17,875 21,793 17,945 1,760 14,750	
r dames	Gants, moufles et articles de parure pour dame	-9.8	16,690	18,513	20,066	18,738	
	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfant Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçor	+ 7.0 -2.4 -7.8 + 1.6	26,810 21,250 70,897 18,467	25,063 21,778 76,914 18,179	32,321 25,034 81,800 20,738	29,232 23,740 79,018 20,945	
caments	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicament Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	-6.4 -10.2 +3.6 -0.7 -5.4	14,382 28,571 75,857 9,779 2,195	15,360 31,820 73,245 9,853 2,320	18,115 31,628 79,088 11,259 3,313	16,746 31,602 78,066 11,129 2,810	
	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	+ 11.4 + 10.4 + 1.8 + 26.5 + 15.1	45,141 9,757 17,319 10,863 13,865	40,507 8,836 17,014 8,589 12,050	48,383 10,197 18,470 15,794 14,518	44,907 10,295 18,390 13,217 14,108	
les	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	+ 3.4	10,371	10,031	10,163	11,430	
ectriques	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriqu	+ 24.7 + 19.1 + 4.6 + 5.1	44,884 41,103 49,575 45,101	35,984 34,503 47,406 42,917	65,565 51,708 62,090 43,688	55,386 49,518 52,927 43,704	
	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Matériel de plomberie, chauffage et constructio Bijouterie Jouets et jeux Articles de sport et valises	+ 9.1 -8.1 -3.1 -4.5 + 3.2	32,954 9,170 23,637 33,344 38,374	30,206 9,981 24,406 34,906 37,197	35,021 10,496 24,628 33,918 42,278	34,405 10,541 24,988 33,818 41,502	
Э,	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,	+ 5.5	33,908 11,422	32,132 12,444	35,079 14,825	34,148 14,419	
	réparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons	+ 6.2 + 28.6 + 8.6	20,147 26,250 61,858	18,970 20,407 56,958	21,446 29,185 62,791	21,169 27,888 63,395	
	TOTAL, TOUS RAYONS	+ 8.8	1,090,126	1,002,384	1,221,767	1,157,844	

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	1990-1991						
	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
No.	Type of department stere		Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	
140.			thousa	nds of dollars -	milliers de doll	ars	
	Major department stores						
1 2 3	1990 January February January-February	471,349 447,206 918,555	x x x	x x x	8,205 7,982 16,187	X X X	78,124 75,448 153,572
4 5 6	1991 January February January-February	380,223 381,339 761,562	x x x	x x x	6,537 6,985 13,522	x x x	58,440 62,201 120,641
	Percentage change						
7 8	February 1991/1990 January-February 1991/1990	-14.7 -17.1	×	x x	-12.5 -16.5	x x	-17.6 -21.4
	Junior department stores						
9 10 11	1990 January February January-February	316,627 327,946 644,573	x x x	x x x	15,031 15,354 30,385	x x x	63,372 65,480 128,852
12 13 14	1991 January February January-February	300,688 323,853 624,541	x x x	x x x	14,008 15,435 29,443	x x x	56,699 62,944 119,643
	Percentage change						
15 16	February 1991/1990 January-February 1991/1990	-1.2 -3.1	×	x x	+ 0.5	x x	-3.9 -7.1
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 January February January-February	787,976 775,152 1,563,128	7,740 10,120 17,860	4,805 4,836 9,641	23,235 23,336 46,571	15,099 15,590 30,689	141,496 140,928 282,424
20 21 22	1991 January February January-February	680,911 705,191 1,386,102	8,538 9,682 18,220	4,446 3,032 7,478	20,545 11,419 42,964	13,862 15,056 28,918	115,139 125,145 240,284
	Percentage change						
23 24	February 1991/1990 January-February 1991/1990	-9.0 -11.3	-4.3 + 2.0	-37.5 -22.4	-3.9 -7.7	-3.4 -5.8	-11.2 -14.9

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	No
	thousands	of dollars - milliers	de dollars			114
					Grands magasins traditionnels	
193,590 180,144 373,734	20,024 19,057 39,081	X X X	63,410 62,204 125,614	88,511 84,071 172,582	1990 Janvier Février Janvier-février	1 2 3
151,274 153,286 304,560	16,553 16,980 33,533	× × · ×	55,733 52,508 108,241	75,475 73,145 148,620	1991 Janvier Février Janvier-février	4 5 6
					Variation procentuelle	
-14.9 -18.5	-10.9 -14.2	X X	-15.6 -13.8	-13.0 -13.9	Février 1991/1990 Janvier-février 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
134,088	13,278	x	29,224	31,454	1990 Janvier	
137,100 271,188	12,991 26,269	x x	28,942 58,166	33,362 64,816	Février Janvier-février	10
128,301 139,312 267,613	12,356 12,975 25,331	x x x	26,861 28,096 54,957	31,185 33,348 64,533	1991 Janvier Février Janvier-février	12 13 14
					Variation procentuelle	
+ 1.6	-0.1 -3.6	x x	-2.9 -5.5	-0.4	Février 1991/1990 Janvier-février 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
327,678 317,244 644,922	33,302 32,048 65,350	22,021 22,471 44,492	92,634 91,147 183,781	119,965 117,432 237,397	1990 Janvier Février Janvier-février	17 18 19
279,575 292,598 572,173	28,908 29,955 58,863	20,645 20,206 40,851	82,594 80,604 163,198	106,660 106,493 213,153	1991 Janvier Février Janvier-février	20 21 22
					Variation procentuelle	
-7.8 -11.3	-6.5 -9.9	-10.1 -8.2	-11.6 -11.2		Février 1991/1990 Janvier-février 1991/1990	23 24

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
			thousands	of dollars - milliers d	le dollars	
	Major department stores					
1 2 3	1990 January February January-February	26,761 26,452 53,213	28,582 27,797 56,379	x x x	17,150 16,041 33,191	51,175 50,490 101,665
4 5 6	1991 January February January-February	23,176 21,748 44,924	24,431 23,323 47,754	x x x	13,730 13,995 27,725	37,521 40,269 77,790
	Percentage change					
7 8	February 1991/1990 January-February 1991/1990	-17.8 -15.6	-16.1 -15.3	x x	-12.8 -16.5	-20.2 -23.5
	Junior department stores					
9 10 11	1990 January February January-February	9,794 9,204 18,998	11,925 11,610 23,535	x x x	6,429 6,398 12,827	27,114 28,154 55,268
12 13 14	1991 January February January-February	7,788 8,769 16,577	10,912 11,488 22,400	x x x	6,161 6,803 12,964	23,289 26,633 49,922
	Percentage change				·	
15 16	February 1991/1990 January-February 1991/1990	-4.7 -12.8	-1.1 -4.8	×	+6.3 +1.1	-5.4 -9.7
	Total, all department stores					
17 18 19	1990 January February January-February	36,555 35,656 72,211	40,507 39,407 79,914	13,000 12,908 25,908	23,579 22,439 46,018	78,289 78,644 156,933
20 21 22	1991 January February January-February	30,964 30,517 61,481	35,343 34,810 70,153	11,092 11,834 22,926	19,891 20,797 40,688	60,810 66,902 127,712
	Percentage change					
23 24	February 1991/1990 January-February 1991/1990	-14.4 -14.9	-11.7 -12.2	-8.3 -11.5	-7.3 -11.6	-14.9 -18.6

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1990

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	
					Gone do grano magasin	Nº
	thousands of d	ollars - milliers de	e dollars			
					Grands magasins traditionnels	
22,793 20,337 43,130	x x x	97,541 89,886 187,427	58,020 53,649 111,669	x x x	1990 Janvier Février Janvier-février	1 2 3
18,137 18,226 36,363	x x x	74,190 74,747 148,937	47,979 47,584 95,563	x x x	1991 Janvier Février Janvier-février	4 5 6
					Variation procentuelle	
-10.4 -15.7	x x	-16.8 -20.5	-11.3 -14.4	X X	Février 1991/1990 Janvier-février 1990/1991	8
					Grands magasins populaires	
14,880 15,111 29,991	x x x	37,294 37,490 74,784	11,684 11,341 23,025	x x x	1990 Janvier Février Janvier-février	9 10 11
13,720 15,305 29,025	x x x	36,114 37,919 74,033	10,729 11,327 22,056	x x x	1991 Janvier Février Janvier-février	12 13 14
					Variation procentuelle	
+1.3	x x	+ 1.1	-0.1 -4.2	x x	Février 1991/1990 Janvier-février 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
37,672 35,448 73,120	19,648 18,518 38,166	134,835 127,375 262,210	69,704 64,990 134,694	30,529 29,200 59,729	1990 Janvier Février Janvier-février	17 18 19
31,856 33,530 65,386	15,457 16,413 31,870	110,304 112,666 222,970	58,708 58,911 117,619	25,825 26,512 52,337	1991 Janvier Février Janvier-février 1991/1990	20 21 22
					Variation procentuelle	
-5.4 -10.6	-11.4 -16.5	-11.5 -15.0	-9.4 -12.7		Février 1991/1990 Janvier-février 1991/1990	23 24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	_	Québec
				number -	- nombre		
	Major department stores						1
1 2	1990 January February	324 323	2 2	1	10 10	5	53 52
3 4	1991 January February	332 330	3 3	1	10 10	5 5	53 53
	Junior department stores						
5 6	1990 January February	. 520 546	10 16	5	29 29	25 25	105 106
7 8	1991 January February	553 556	16 16	5 5	31 31	25 25	109 111
	Total, all department stores						
9 10	1990 January February	844 869	12	6	39 39	30 30	158 158
11 12	1991 January February	885 886	19 19	6	41 41	30 30	162 164

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores	1			1	
1 2	1990 January February	15 15	21 21	6	12	29 29
3	1991 January February	14 14	22 22	6	14	29 29
	Junior department stores					
5 6	1990 January February	14 14	17 17	11	10	42 41
7 8	1991 January February	13 13	17 17	11	11	42
	Total, all department stores					
9	1990 January February	29 29	38	17 17	22	71 70
11 12	1991 January February	27 27	39 39	17 17	25 25	71 71

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario			T				
127	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Columbia Colombie-	Genre de grand magasin	N°
127			number - nombre				
127       13       13       48       52       1990 Janvier       1         127       13       13       48       52       1991 Janvier       2         132       13       13       50       52       1991 Janvier       3         132       13       12       49       52       1991 Janvier       3         Février       4       51       1990 Janvier       5       5       5       7       5       7       7       7       7       7       7       7       7       7       1991 Janvier       7       8       9       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10       10 <td></td> <td></td> <td>namber nombre</td> <td></td> <td></td> <td>Grands magasins traditionnels</td> <td></td>			namber nombre			Grands magasins traditionnels	
132		13	13	48	52		1
132 13 12 49 52 Février 4  Grands magasins populaires  211 21 19 44 51 1990 Janvier 55 Février 66  219 23 22 46 57 1991 Janvier 77  219 23 22 46 58 Février 8  Ensemble des grands magasins  338 34 32 92 103 1990 Janvier 9  8 Ensemble des Grands magasins  338 34 32 92 103 1990 Janvier 9  345 36 35 94 108 Février 10  351 36 35 96 109 1991 Janvier 11	127	13	13	48	52	Février	2
Carads magasins populaires   Section   Carads magasins populaires   Section   Carads magasins populaires   Section   Section							
211     21     19     44     51     1990 Janvier     5       218     23     22     46     56     Février     6       219     23     22     46     57     1991 Janvier     7       219     23     22     46     58     Février     8       Ensemble des grands magasins       338     34     32     92     103     1990 Janvier     9       345     36     35     94     108     Février     10       351     36     35     96     109     1991 Janvier     11	132	13	12	49	52	Février	4
218   23   22   46   56   Février   6   6						Grands magasins populaires	
219 23 22 46 57 1991 Janvier 7 8    219 23 22 46 58 Février 8    Ensemble des grands magasins 9   338 34 32 92 103 1990 Janvier 9   345 36 35 94 108 Février 10   351 36 35 96 109 1991 Janvier 11							
219 23 22 46 58 Février 8  Ensemble des grands magasins  338 34 32 92 103 1990 Janvier 9 345 36 35 94 108 Février 10 351 36 35 96 109 1991 Janvier 11							6
Ensemble des grands magasins							
338 34 32 92 103 1990 Janvier 9 345 36 35 94 108 Février 10 351 36 35 96 109 1991 Janvier 11	219	23	22	40	58	Fevrier	8
345 36 35 94 108 Février 10 351 36 35 96 109 1991 Janvier 11						Ensemble des grands magasins	
351 36 35 96 109 1991 Janvier 11							
100 100 100 100 1110				94	108	Février	10
351 36 34 95 110 Fevrier 12							
	351	36	34	95	110	Fevrier	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
13 13	8 7	52 52	27 27	12 12	1990 Janvier Février	1 2
15 15	7 7	54 54	27 27	12 12	1991 Janvier Février	3 4
					Grands magasins populaires	
22 22	13 13	57 57	16 16	17 17	1990 Janvier Février	5 6
21 21	13 13	58 58	17 17	17 17	1991 Janvier Février	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	21 20	109 109	43 43	29 29	1990 Janvier Février	9
36 36	20 20	112 112	44 44	29 29	1991 Janvier Février	11 12



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

			Department			
Period	Tota	al	Мајо	r	Junior	
Période			Tradition	nels	Popula	ires
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1989						
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année  1990  January - Janvier February - Février March - Mars	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348 471,349 447,206 586,754	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7
April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre Year – Année	1,054,996 1,127,339 1,164,775 989,963 1,127,311 1,155,420 1,214,722 1,527,210 2,275,370 14,229,240	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	567,811 611,761 653,881 539,359 606,619 681,467 688,146 858,285 1,304,290 8,016,928	53.8 54.3 56.1 54.5 53.8 58.9 56.6 56.2 57.3 56.3	487,186 515,579 510,894 450,605 520,693 473,953 526,576 668,925 971,080 621,316	46.2 45.7 43.9 45.5 46.2 41.1 43.3 43.8 42.7 43.7
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	680,911 705,191	100.0	380,223 381,339	55.8 54.1	300,688 323,853	44.2 45.9

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-February - Janvier-février

	Department	Sales -	Ventes	Change 1991/1990
	Rayon	1990	1991	Variation 1991/1990
No.				
			of dollars le dollars	per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms -			. 3
2	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour	16,700	11,874	-28.9
3	dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et	21,983	17,185	-21.8
	jeunes filles	97,248	86,092	-11.5
4 5	Furs – Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment – Vêtements pour	4,180		
6	bebés et enfants et articles de chambres d'enfants Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	65,602   19,152	63,605 16,027	-3.0 -16.3
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	26,253	24,357	-7.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	25,538	26,989	+ 5.7
9	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	2,299 21,772	2,146	-6.7
11	Women's and girls' flowes, mitts and accessories - Gants, moufles	21,772	20,896	-4.0
12	et articles de parure pour dames et fillettes  Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	20,921	18,939	-9.5
13	jeunes filles et enfants	30,622	27,371	-10.6
14	Men's clothing - Vêtements pour hommes  Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	30,926 83,927	22,608 77,828	-26.9 -7.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garcons	20,872	18,032	-13.6
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garcons	20,166	16,722	-17.1
17 18	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes  Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	40,216	42,864	+6.6
19	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques	118,483	109,102	-7.9 -12.4
20 21	Piece goods - Tissus à la pièce	4,873	3,431	-29.6
22	Linens and domestics - Literie et linge de maison  Smallwares and notions - Menus articles	77,270	67,906	-12.1
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	18,376 23,226	16,437 21,339	-10.6 -8.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	20,103	14,448	-28.1
25 26	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes,	22,647	18,321	-19.1
27	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles	15,721	14,474	-7.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	93,357 79,507	64,711 57,676	-30.7 -27.5
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	81,174	69,925	-13.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et			-13.9
31	petits appareils électriques  Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	66,197	65,369	-1.3
32	Plumbing, heating and building materials ~ Matériel de plomberie	41,058	36,643	-10.8
33	chauffage et construction  Jewellery - Bijouterie	15,281	12,379	-19.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	27,623	24,672	-10.7
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	27,603   47,893	28,815 41,888	+4.4
36 37	Stationery, books and magazines — Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies — Essence	48,538	45,457	-6.3
38	hulle, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	18,042	16,444	-8.9
39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparation	36,766	32,831	-10.7
40	All other departments - Tous autres rayons	41,617 74,445	34,829 82,387	-16.3 + 10.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,563,128	1,386,102	-11.3

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

			Una	djusted - Nor	n désaisonnalis	sés	
		199	90	199	1	Change -	Variation
	Department Rayon	January	February	January	February	February January	February 1991/1990
No.		Janvier	Février	Janvier	Février	1991 Février/ janvier	Février 1991/1990
140.						1991	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers	thou	sands of dolla	rs - milliers de	e dollars	per cent -	pourcentage
2	et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	39,601 33,151	56,813 56,359	41,613 34,338	53,496 56,169	+ 28.6 + 63.6	-5.8 -0.3
3	Women's and misses' sportswear – Vêtements sports pour dames et jeunes filles	222.506					
4	Furs - Fourrures	11,278	290,566 12,736	234,159	296,602	+ 26.7	+2.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment – Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	111,167	158,383	135,644	173,271	+ 27.7	+9.4
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	40 255	64.500	46.022	65 507	. 20.0	+ 1.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements	48,355	64,529	46,833	65,527	+39.9	
8	de nuit pour dames Intimate apparel - Sous-vêtements	62,584 76,637	68,176   82,610	64,088 79,177	68,472 88,022	+6.8	+ 0.4 + 6.6
9	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	3,273 54,131	4,163 60,582	4,870 56,559	4,820 63,964	-1.0 + 13.1	+ 15.8 + 5.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	58,619	65,814	59,895	66,668	+ 11.3	+ 1.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	102,199	123,141	96,745	121,166	+ 25.2	-1.6
13 14 15	Men's clothing - Vêtements pour hommes Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles	93,311 225,755	113,342 265,553	90,209	107,486 255,518	+ 19.2 + 12.0	-5.2 -3.8
	d'habillement pour garçons	55,450	60,179	33,895	50,013	+ 47.6	-16.9
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	65,303	71,416	56,794	69,207	+21.9	-3.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	34,771	45,633	50,510	63,450	+ 25.6	+39.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	356,374	302,066	310,065	316,078	+1.9	+ 4.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	51,769	52,286	45,756	47,109	+3.0	-9.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	18,995	19,275	15,997	15,471	-3.3	-19.7
21 22	Linens and domestics - Literie et linge de maison Smallwares and notions - Menus articles	211,055 48,558	226,707   56,818	220,734 50,070	232,432 50,857	+5.3 +1.6	+ 2.5 + 0.5
23 24	China and glassware – Porcelaine et verrerie Floor coverings – Revêtements de plancher	109,207 65,857	113,316 71,344	104,370 52,549	110,479 65,212	+5.9 +24.1	-2.5 -8.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	93,008	82,868	73,064	72,335	-1.0	-12.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	51 410	71,063	51,364	55,316	+7.7	-22.2
27	d'ameublement pour la maison Furniture - Meubles	51,419 174,829	183,768	168,351	185,627	+ 10.3	+ 1.0
28 29 30	Major appliances – Gros appareils ménagers Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles	103,554 209,663	106,092 218,389	94,003 232,337	97,256 238,790	+ 3.5 + 2.8	-8.3 +9.3
	de ménage et petits appareils électriques	191,464	206,760	172,045	189,290	+ 10.0	-8.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	155,733	164,781	150,341	163,989	+9.1	-0.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	64,985	71,150	50,824	50,896	+0.1	-28.5
33	Jewellery - Bijouterie	151,882 132,375	164,382 141,385	152,347	162,451 137,993	+6.6 +8.2	-1.2 -2.4
34 35	Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	179,643	209,622	179,289	212,154	+ 18.3	+1.2
36 37	Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	139,428	142,962	137,100	145,598	+6.2	+ 1.8
0.0	supplies ~ Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	70,186	72,552	64,496	66,872	+3.7	-7.8
38 39 40	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparations All other departments - Tous autres rayons	9 122 93,338	20 116 112,225	142 102,630	3,393 90,237	-12.1	-19.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	3,971,544	4,389,942	3,868,883	4,313,747	+ 11.5	-1.7

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991

			Stock-sales/Stock	cks-ventes	
	Department	1990		1991	
		January	February	January	February
No.		Janvier	Février	Janvier	Févrie
140.					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and	5.21	6.25	8.24	7.84
	uniforms				7.04
2	Women's and misses' coats and suits	3.08	5.03	4.09	6.39
3	Women's and misses' sportswear Furs	4.80	5.71	6.01	6.29
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.67	7.21		
· ·	and children's wear and hursery equipment	3.60	4.56	4.73	4.96
6	Girls' and teenage girls' wear	5.70	6.05	6.49	7.44
7	Lingerie and women's sleepwear	4.93	5.03	5.45	5.43
8	Intimate apparel	5.47	7.17	6.43	6.00
9	Millinery	2.65	3.92	3.74	5.70
10	Women's and girls' hosiery	4.98	5.56	5.54	5.98
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.54	6.36	F 76	7.04
12	Women's, misses' and children's footwear	6.86	7.83	5.76 7.47	7.81 8.41
13	Men's clothing	5.73	7.74	7.50	10.16
14	Men's furnishings	5.77	5.92	5.90	6.53
15	Boys' clothing and furnishings	5.74	5.36	4.02	5.21
16	Men's and boys' footwear	6.76	0.70	2.21	
17	Food and kindred products	6.76	6.79 2.04	6.61 2.40	8.51 2.90
18	Toiletries, cosmetics and drugs	6.08	5.05	5.90	5.59
19	Photographic equipment and supplies	6.71	7.24	6.62	7.63
20	Piece goods	8.25	7.50	9.49	8.87
21	Linens and domestics	4.66	7.00	5.05	
22	Smallwares and notions	4.87	7.09 6.77	5.95 5.85	7.54 6.46
23	China and glassware	8.84	10.43	9.28	10.95
24 25	Floor coverings	6.61	7.03	7.93	8.33
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.94	7.58	8.68	7.31
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.08	0.70	0.04	
27	Furniture	3.41	9.78 4.37	6.94	7.83
28	Major appliances	2.40	2.92	5.21 3.28	5.73 3.35
29	Television, radio and music	5.05	5.50	6.54	6.95
30	Housewares and small electrical appliances	5.75	6.28	5.49	5.56
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.01	2.24		
32	Plumbing, heating and building materials	7.31	8.34	8.24	8.91
33	Jewellery	11.96	9.79	7.36	9.30
34	Toys and games	9.90	9.93	8.75	12.54 9.70
35	Sporting goods and luggage	7.57	8.68	8.25	10.52
36	Stationery, books and magazines	5.04			
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.84 7.46	5.79	6.27	6.18
38	Meals and lunches	7.46	8.40	7.11	9.08
39	Repairs and services	0.01	0.01	0.01	0.18
40	All other departments	2.58	2.93	2.59	2.11
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS				2.11
	THE PERSON NAMED IN COLUMN NAM	5.04	5.66	5.68	6.12

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

	;	Sales-stock/Ven	tes-stocks			
	1990		1991		Rayon	
Jar	nuary	February	January	February	· layon	
Ja	anvier	Février	Janvier	Février		No
	0.18	0.19	0.11	0.14	Pobos robos do másoco toblicas et uniferrans a un la una el	
	0.18	0.19	0.11	. 0.14	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
	0.31	0.25	0.22	0.19	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
	0.20	0.20 0.15	0.16	0.18	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	3
	0.13	0.26	0.20	0.23	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	4 5
	0.16	0.19	0.14	0.16	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
	0.19	0.21	0.17 0.15	0.19	Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements	7
	0.30	0.29	0.23	0.17	Chapeaux	8 9
	0.20	0.19	0.17	0.18	Bas pour dames et fillettes	10
	0.17	0.17	0.15	0.13	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
	0.13	0.14	0.12	0.13	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
	0.17	0.14	0.12	0.11	Vêtements pour hommes	13
	0.17	0.18	0.16	0.16	Articles d'habillement pour hommes	14
	0.17	0.19	0.24	0.23	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
	0.12	0.15	0.12	0.13	Chaussures pour hommes et garçons	16
	0.51	0.56	0.43	0.38	Produits alimentaires et connexes	17
	0.16	0.18	0.16 0.14	0.18 0.13	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques	18
	0.11	0.13	0.10	0.13	Tissus à la pièce	19
	0.21	0.15	0.15	0.14	Literie et linge de maison	0.1
	0.20	0.16	0.16	0.14	Menus articles	21
	0.11	0.10	0.10	0.09	Porcelaine et verrerie	23
	0.15	0.15	0.12	0.13	Revêtements de plancher	24
	0.13	0.12	0.11	0.14	Tentures, rideaux et housses	25
	0.16	0.12	0.14	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	26
	0.28	0.23	0.19	0.18	Meubles	27
	0.40	0.35	0.29	0.30	Gros appareils ménagers	28
	0.13	0.19	0.14	0.15	Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	29
	0.14	0.12	0.11	0.10	Outpositioning against	0.1
	0.12	0.12	0.11	0.12	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.  Matériel de plomberie, chauffage et construction	31
	0.08	0.09	0.07	0.08	Bijouterie	33
	0.10	0.10	0.10	0.11	Jouets et jeux	34
ı	0.13	0.12	0.10	0.10	Articles de sport et valises	35
	0.15	0.17	0.15	0.17	Papeterie, livres et revues	36
(	0.13	0.12	0.13	0.11	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
					Repas et casse-croûtes	38
	0.36	0.37	0.38	0.44	Services et travaux de réparation Tous autres rayons	39
	0.19	0.19	0.16	0.17	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,372,607 4,410,324 4,488,582 4,460,466 4,531,372 4,575,771 4,541,173 4,563,290 4,534,643 4,564,659 4,581,248 4,562,002	-0.2 + 0.9 + 1.8 -0.6 + 1.6 + 1.0 -0.8 + 0.5 -0.6 -0.7 + 0.4 -0.4
1989				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 3.9 + 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,596,949 4,637,502 4,486,108 4,669,943 4,681,852 4,665,922 4,721,454 4,682,947 4,777,751 4,895,803 4,798,767 4,772,858	+ 1.1 + 0.9 -3.3 + 4.1 -0.3 -0.3 + 1.2 -0.8 + 2.0 + 2.5 -2.0
1990			1,772,000	0.0
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,544 4,389,942 4,761,231 4,912,893 4,806,189 4,536,528 4,630,711 4,934,383 5,322,392 5,825,395 5,999,076 4,469,162	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.7 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,699,721 4,781,224 4,727,050 4,805,051 4,778,337 4,822,153 4,884,985 4,967,353 5,016,833 4,993,268 5,008,046r 4,926,132r	-1.5 +1.7 -1.1 +1.7 -0.6 +0.9 +1.3 +1.7 +1.0 -0.5 +0.3r
1991	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	7 3.3	4,920,1321	-1.6r
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,868,883 4,313,747	-2.6 -1.7	4,602,863r 4,739,300p	-6.6r + 3.0p

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, <sup>1</sup> Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of dollars - milliers de dollars			per cent - pourcentage	
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,814,786	-12.5 + 1.0	-8.5 -3.6
	millions of dollars - millions de dollars				
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,644.0 2,642.0 2,676.0 2,709.0 2,705.0 2,836.0 2,838.0 2,844.0 2,832.0 2,844.0 2,845.0	2,876.0 2,905.0 2,911.0 2,918.0 2,938.0 2,977.0 2,975.0 2,961.0 2,942.0 2,921.0 2,988.0r 2,824.0r	2,659r 2,824p	-5.8r +6.2p	-7.5r -2.8p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



## Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

## Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales- stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951- 9656.

#### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

#### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont asées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

## Appendix II

## List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Junior Department Store Organizations

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgameted with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

## Appendice II

## Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I.

TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - February Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Février

	Respon Taux de	Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>	
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.9	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin, du mois		. 66.7	43.5

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

TEXT TABLE II.
TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990		1991		
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays	
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	
January - Janvier	26	4	26	4	
February - Février	24	4	24	4	
March - Mars	27	. 5	26	5	
April - Avril	24	4	26	4	
May - Mai	26	4	26	4	
June - Juin	26	5	26	5	
July - Juillet	25	4	26	4	
August - Août	27	4	26	5	
September - Septembre	24	5	24	4	
October - Octobre	26	4	26	4	
November - Novembre	26	4	26	5	
December - Décembre	25	5	25	4	

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

<sup>3</sup> Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

## SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

## The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

## CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

#### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

#### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques.A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

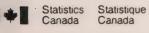
N° 11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

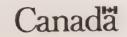


# ORDER FORM

# Statistics Canada Publications

MAIL TO: Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario, K1A 0T6		FAX TO: (613) 951-1584	MET	HOD OF PA	YMENT				
		This fax will be treated as an		Purchase Order Number (please enclose)					
		original order. Please do not send confirmation.							
Please print)				Bill me later (m					
			1	ge to my:		MasterCa	rd	T VIS	20
						WasterCa			20
				Account Numb	er L				
Address				Expiry Date					
		Province	Signa	iture					
		Tel	Clien	Reference Nu	ımber				
			-		Anni	ual Subscr	rintion		
						Book Pri			
Catalogue Number		Title		Required Issue	Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$	Qty	Total \$
						s	UBTOTAL		·
anadian custome	ers add 7% Goods	and Services Tax.				(	SST (7%)		
		d to the price of the publication and no ndling charges and the GST.	t to the	total amount v	vhich	GR	AND TOTA	AL.	
Cheque or money Clients from the U	order should be ma Inited States and other	ade payable to the Receiver General finer countries pay total amount in US f	or Cana unds dr	ada/Publication awn on a US t	s. Canadia bank.	an clients	pay in Car	adian fu	ınds.
or faster service	ce	1-800-267-667	7 7	7		VISA and	MasterC Accou		PF 03681 1991-01
ersion française	de ce bon de comm	nande disponible sur demande							





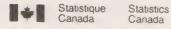


# **BON DE COMMANDE**

## Publications de Statistique Canada

POSTEZ À: TÉLÉCOPIEZ À:	(613) 951-1584	MOE	ALITÉS DE	PAIEME	NT			
Vente des publications Statistique Canada  Le bon télécopié tient lieu de commande originale. Veuillez ne		Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)						
Ottawa (Ontario) K1A 0T6 pas envoyer de confirmation.			Paiement inclus				9	
(En caractères d'imprimerie s.v.p.)			Envoyez-moi la	a facture pl	us tard (m	nax. 500 \$		
Entreprise			z à mon com					SA
Service			,	, p.c.	- Madione			
À l'attention de			Nº de compte		1.1.1		111	
Adresse			Date d'expiration	on				
Ville Province		Signa	ture					
Code postal Tél		Nume	ero de référenc	e du client				
				Abor	nement a	nnuel		
Numéro au Titre			Édition	ou prix	de la pub	lication	م د	Tatal
Catalogue			demandée			Autres	Qté	Total \$
				\$	Unis \$ US	pays \$ US		
						TOTAL		
Les clients canadiens ajoutent la taxe de 7 % sur les proc	duits et services.	·			TF	PS (7 %)		
Veuillez noter que les réductions s'appliquent au prix des pouvant inclure des frais de port et de manutention particular.	publications et non a uliers et la TPS.	au tota	l général; ce d	ernier	TOTA	L GÉNÉR	AL	
Le chèque ou mandat-poste doit être fait à l'ordre du Reccanadiens; les clients à l'étranger paient le montant total e	eveur général du Ca en dollars US tirés s	anada ur une	- Publication banque améri	s. Les clie caine.	ents canad	liens paien	t en dol	lars
Pour un service plus rapide, composez 1-8	00-267-6677		`		Comp	otes VISA MasterCa		PF 03681 1991-01

his order coupon is available in English upon request



Canada

# INTERESTED IN ACQUIRING A CANADIAN ORIGINAL?

Then *Canadian Social Trends* is the acquisition for you. A first on the Canadian scene, this journal is claiming international attention from the people who need to know more about the social issues and trends of this country.

Drawing on a wealth of statistics culled from hundreds of documents, *Canadian Social Trends* looks at Canadian population dynamics, crime, education, social security, health, housing, and more.

For social policy analysts, for trendwatchers on the government or business scene, for educators and students, *Canadian Social Trends* provides the information for an improved discussion and analysis of Canadian social issues.

Published four times a year, *Canadian Social Trends* also features the latest social indicators, as well as information about new products and services available from Statistics Canada.

### CANADIAN SOCIAL TRENDS

(Catalogue No. 11-008E) is \$34 annually in Canada, US\$40 in the United States and US\$48 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

For faster service, fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# VOUS DÉSIREZ FAIRE L'ACQUISITION D'UNE OEUVRE ORIGINALE?

Alors *Tendances sociales canadiennes* est la publication qu'il vous faut. Première en son genre sur la scène canadienne, cette revue retient l'attention des gens d'ici et d'ailleurs qui désirent en savoir plus sur les questions sociales de l'heure au pays.

À l'aide d'abondantes statistiques extraites de nombreux documents, *Tendances sociales canadiennes* brosse le tableau de la dynamique de la population canadienne, de la criminalité, de l'éducation, de la sécurité sociale, de la santé, de l'habitation et de plusieurs autres sujets.

Que ce soit pour les analystes de la politique sociale, les analystes des tendances oeuvrant au sein des administrations publiques et du monde des affaires, les enseignants ou encore les étudiants, **Tendances sociales canadiennes** dégage l'information nécessaire à des discussions et des analyses approfondies relativement aux questions sociales.

**Tendances sociales canadiennes** présente également les plus récents indicateurs sociaux de même que des renseignements relatifs aux produits et services qu'offre Statistique Canada.

### TENDANCES SOCIALES CANADIENNES

Ce trimestriel (No 11-008F au catalogue) se vend 34 \$ l'abonnement annuel au Canada, 40 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



# I-N-F-O-M-A-T

# without it

Get a jump on your work week by making sure you have the most current economic and social information in Canada. Travelling by first class mail or courier, Statistics Canada's digest, Infomat, arrives at the beginning of each week to help you monitor key economic indicators and keep up with the most current data releases from Canada's national statistical agency.

In eight fact-filled pages, Infomat highlights the findings of Statistics Canada surveys and brings them to your desk each week, often long before detailed reports are published. Throughout the year you'll get the first results of over 100 ongoing surveys and many special surveys-from manufacturing shipments to the health of Canadians or post graduate employment to part-time workers.

## Each week, Infomat presents you with,

- concise summaries of fresh facts from over 100 ongoing surveys
- charts and graphs that let you instantly scan the trends
- Overview an outline of the subjects covered in each issue that you can scan in 30 seconds
- guidance on how to obtain special reports to assist you in your more detailed research.
- Current Trends and Latest Monthly Statistics sections that bring you up to date on the Consumer Price Index, Gross Domestic Product and 21 other key monthly series

Managers, analysts and researchers who are responsible for keeping up to date on changes in Canada's economic and social climate can count on Infomat — as a quick overview of the latest trends and as a weekly reminder of key indicators and data releases. Many subscribers use Infomat's highlights to add authority to their industry analyses, investment plans or corporate reports.

To order Infomat (11-002E), 50 issues annually for \$125 in Canada, US\$150 in the U.S. and US\$175 in other countries, write to Publications Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, Canada, K1A OT6. For faster service, use your VISA or MasterCard and call toll-free in Canada, 1-800-267-6677.

# Don't start your week votre première lecture de la semaine

Commencez votre semaine de travail en vous assurant que vous avez sous la main les dernières informations économiques et sociales au Canada. Voyageant en courrier de première classe ou par messagerie. Infomat, le condensé de Statistique Canada, arrive au début de chaque semaine pour vous aider à suivre les principaux indicateurs économiques et vous tenir au courant des dernières données publiées par l'organisme national d'enquêtes du pays.

En huit pages remplies de données, Infomat présente les faits saillants des enquêtes de Statistique Canada et les dépose sur votre bureau chaque semaine, bien avant que des rapports détaillés ne soient publiés. Tout au long de l'année, vous avez les premiers résultats de plus de 100 enquêtes permanentes et de nombreuses enquêtes spécialisées, qui vont des expéditions des fabricants à la santé des Canadiens ou de l'emploi des diplômés universitaires aux travailleurs à temps partiel.

## Chaque semaine, Infomat vous offre:

- des résumés de faits tout récents provenant de plus de 100 enquêtes différentes
- des diagrammes et des graphiques qui vous donnent immédiatement les tendances
- Aperçu une description des sujets traités dans chaque numéro, que vous pouvez parcourir en 30 secondes
- des conseils sur la façon d'obtenir des rapports spéciaux pour vous aider dans vos recherches plus poussées
- Les tendances actuelles et Dernières statistiques mensuelles, rubriques qui vous tiennent à jour sur l'indice des prix à la consommation, le produit intérieur brut et 21 autres séries mensuelles importantes.

Les gestionnaires, les analystes et les chercheurs qui ont la responsabilité de se tenir au courant de l'évolution de la conjoncture économique et sociale du Canada peuvent compter sur Infomat pour avoir une vue d'ensemble des dernières tendances et disposer ainsi d'un aide-

mémoire hebdomadaire des principaux indicateurs et données publiés. Plusieurs abonnés utilisent les faits saillants d'Infomat pour relever l'autorité de leurs analyses industrielles, projets d'investissements ou rapports financiers.

Pour commander Infomat (11-002F), 50 numéros par an pour 125 \$ au Canada, 150 \$ US aux États-Unis et 175 \$ US dans les autres pays, écrivez à Publications, vente et service, Statistique Canada, Ottawa, Canada K1A 0T6. Pour un service plus rapide, utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez sans frais au Canada le 1-800-267-6677.





# Department store sales and stocks

Catalogue 63-002 Monthly

March 1991



Mars 1991





### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

### **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick	
and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South	
and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C.	
(area served by	
NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories	
(area served by	
NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest	

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

(territoire desservi par la

NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

March 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

September 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Septembre 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 3

ISSN 0380-7045

Ottawa

# **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- <sup>p</sup> preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Rasia, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

# Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

# **Table of Contents**

# Table des matières

		Page	F	Page
High	lights	5	Points saillants	5
Char	t		Graphique	
1.	Department Store Sales, by Month, Seasonally Adjusted and Trend, Canada, 1987-1990	5	<ol> <li>Ventes des grands magasins, par mois, désaisonnalisées et la tendance, Canada, 1987-1990</li> </ol>	5
Tabl	e		Tableau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1988-1990	8	<ol> <li>Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1988-1990</li> </ol>	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1988-1990	10	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1988-1990</li> </ol>	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1988-1990	12	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1988-1990</li> </ol>	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1988-1990	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1988-1990</li> </ol>	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1988-1990	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1988-1990</li> </ol>	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1988-1990	17	<ol> <li>Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1988-1990</li> </ol>	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1989-1990	18	<ol> <li>Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1989-1990</li> </ol>	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1988-1990	19	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1988-1990</li> </ol>	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1988-1990	20	<ol> <li>Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1988-1990</li> </ol>	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1990	22	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1987-1990</li> </ol>	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988-1990	23	<ol> <li>Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1988-1990</li> </ol>	23

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

# TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page			Page
Tabl	е		Tab	leau	
12.	Department Store Monthly Sales, by Departement, Canada, Revised, 1990	24	12.	Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, revisées, 1990	24
13.	Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1990	26	13.	Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1990	26
14.	Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1990	26	14.	Total des ventes mensuelles des grands magasins selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1990	26
15.	Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1990	28	15.	Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels par province, révisées, 1990	28
16.	Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1990	28	16.	Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels selon certaines régions métropolitaines, révisées, 1990	28
17.	Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1990	30	17.	Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1990	30
18.	Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1990	30	18.	Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines régions métropolitaines, révisées, 1990	30
19.	Total Department Stores Sales, Stocks and Accounts Receivable, Seasonally Adjusted (Direct Method), Revised, Canada, 1974-1990	32	19.	Ventes totales, stocks et comptes à recevoir des grands magasins, désaisonnalisées (par la méthode directe), révisées, Canada, 1974-1990	32
20.	Department Store Monthly Sales, Seasonnaly Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1990	34	20.	Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1990	34
App	endix		Арр	endice	
I.	Scope of the Survey	37	1.	Champ de l'enquête	37
	Explanatory Notes	38		Notes explicatives	38
H.	List of Departement Store Organisations	40	11.	Liste des organisations des grands magasins	40
Text	Table		Tabl	eau explicatif	
I.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	41	1.	Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	41
II.	Number of Shopping Days, by Month, 1989 and 1990	41	11.	Nombre de jours commerciaux, par mois, 1989 et 1990	41
Sele	cted publications	42	Choi	x de publications	42

# **Highlights**

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales including concessions totalled \$1,094 million in March 1991, a slight increase of 0.1% over the previous month's revised total of \$1,093 million.
- The marginal increase in March followed a 9.7% increase in February and a sharp drop of 19.0% in January (after removing the federal sales tax from 1990 data).
- Due to the strong decrease in January, department store sales fell 7.4% (after adjustment for tax) in the first quarter of 1991, compared to virtually no change in the last quarter of 1990.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$4,803 million at the end of March. The ratio of stocks to sales stood at 4.39.1 in March, an increase over the 4.34:1 ratio observed in February.

## Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour mars 1991, les ventes des grands magasins, incluant les concessions, ont totalisé \$1,094 millions, soit une hausse légère de 0.1%, par rapport à l'estimation révisée de février (\$1,093 millions).
- La hausse marginal de mars fait suite à une hausse de 9.7% en février et d'une baisse importante de 19.0% en janvier (après suppression de la taxe de vente fédérale des données de 1990).
- À cause de la forte diminution en janvier, les ventes des grands magasins ont diminuée de 7.4% (après ajustement pour la taxe) au cours du premier trimestre de 1991, comparativement à pratiquement aucun changement lors du dernier trimestre de 1990.
- La valeur des stocks (valeur de vente) s'élevait à la fin de mars 1991 à \$4,803 millions. Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.39:1 en mars, une hausse comparativement au rapport de 4.34:1 observé en février.

### Note to Users

Percentage changes shown in these tables are not adjusted for the change in indirect taxes. Caution should be exercised in their use.

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

### Note aux utilisateurs

Les changements en pourcentage figurant dans ces tableaux ne sont pas ajustés en fonction du changement dans les taxes indirectes. Il faut les utiliser avec prudence.

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990 and 1991

		Unadjusted - Non désaisonnalisées						
		19	90°	15	1991			
	Department	February	March	February <sup>r</sup>	March	March 1991/1990 <sup>r</sup>		
		Février	Mars	Février <sup>r</sup>	Mars	Mars 1991/1990 <sup>r</sup>		
No.			Alegonaeala	of dellare				
				s of dollars de dollars		per cent pourcentage		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	7,512	13,369	6,862	11,587	-13.3		
2 3 4	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	11,149 51,686 1,767	20,825 78,158 1,887	8,811 47,164	16,287 67,407	-21.8 -13.8		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	34,618	47,505	34,930	47,942	+0.9		
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	10,587 13,540 11,544 1,092	17,737 16,341 17,143 1,301	8,810 12,607 14,675 845	16,242 14,918 16,484 899	-8.4 -8.7 -3.8 -30.9		
11	Women's and girls' floves, mitts and accessories	10,736	14,175 14,046	10,702 8,560	13,290 11,865	-6.2 -15.5		
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	15,913 13,724 45,040 11,109	27,086 21,252 61,604 18,989	14,431 10,673 39,203 9,595	22,371 17,195 55,087 16,750	-17.4 -19.1 -10.6 -11.8		
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	10,283 22,867 59,426 7,140 2,433	14,501 29,959 71,042 8,625 3,034	8,140 21,845 56,559 6,178 1,745	12,646 36,762 64,352 7,753 2,299	-12.8 + 22.7 -9.4 -10.1 -24.2		
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	31,813 8,431 10,807 10,034 10,851	39,702 9,666 13,588 13,899 14,624	30,857 7,878 10,146 7,821 9,920	34,958 8,871 12,619 10,287 11,237	-11.9 -8.2 -7.1 -26.0 -23.2		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,229	9,095	7,068	7,867	-13.5		
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	40,986 36,042 39,181 32,799	51,208 46,102 46,231 36,253	32,394 29,002 34,374 34,052	40,165 36,599 39,878 30,409	-21.6 -20.6 -13.7 -16.1		
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	19,682 7,236 14,775 14,306 24,031	29,069 10,423 18,258 20,075 36,776	18,405 5,470 12,955 14,233 20,173	23,781 6,839 15,939 22,289 30,088	-18.2 -34.4 -12.7 + 11.0 -18.2		
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	24,580 8,625	25,879 10,262	23,590 7,367	25,006 8,965	-18.2 -3.4 -12.6		
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	17,711 20,172 38,588	22,209 25,253 48,304	16,330 18,598 42,710	18,698 21,749 50,625	-15.8 -13.9 +4.8		
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	770,137	1,025,455	705,678	909,004	-11.4		

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990 et 1991

	Seasonally adj	usted - Désaison	nnalisées				
1990	1990 1991		1990 1991		Change Variation		
December	January	February	March <sup>p</sup>	March/ February 1991	Rayon		
Décembre <sup>r</sup>	Janvier <sup>r</sup>	Février	Mars <sup>p</sup>	Mars/ Février 1991			
	thousands of	dollars		per cent		H	
	milliers de			pourcentage			
12,307	10,874	11,820	13,133	+11.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles		
17,517 86,619	13,152 67,635	14,320 76,084	14,355 76,374	+ 0.3 + 0.4	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures		
48,914	41,278	47,114	48,844	+ 3.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		
18,658 22,881 19,199 1,985 15,058	16,085 20,277 14,679 1,618 13,397	16,724 20,794 21,073 1,476 14,214	17,253 21,195 17,275 1,481 14,072	+3.2 +1.9 -18.0 +0.3 -1.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes		
20,098	18,236	16,697	17,253	+3.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames	l	
32,579 23,943 83,644 20,886	25,070 21,459 75,946 18,095	26,623 20,825 71,142 18,546	25,833 20,801 74,655 18,821	-3.0 -0.1 +4.9 +1.5	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons		
18,217 31,910 78,997 11,268 3,323	15,270 31,878 72,473 9,799 2,288	14,380 28,795 75,879 9,840 2,248	14,946 30,101 75,728 10,518 2,393	+ 3.9 + 4.5 -0.2 + 6.9 + 6.4	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce		
48,885 10,257 18,428 15,850 14,536	39,812 8,726 16,890 8,529 12,053	44,910 9,799 17,384 10,864 13,969	43,795 9,850 17,627 10,619 12,461	-2.5 +0.5 +1.4 -2.3 -10.8	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses		
10,109	9,643	10,330	9,904	-4.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles		
67,510 51,671 62,301 42,884	35,233 34,506 47,036 42,189	46,207 41,052 49,467 45,780	46,191 40,045 49,764 40,211	-2.5 +0.6 -12.2	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques		
35,211 10,452 24,648 34,004	29,831 9,829 24,190 34,869	32,613 9,040 23,628 33,343	31,528 8,401 23,843 34,414 39,206	-3.3 -7.1 + 0.9 + 3.2 + 1.7	Jouets et jeux		
42,951 35,189 14,859	37,129 31,935 12,284	38,547 33,970 11,521	34,319 11,568	+ 1.0 + 0.4			
21,475 29,295 62,663	18,823 20,167 56,623	20,159 26,205 61,556	19,624 25,910 60,449	-2.6 -1.1 -1.8	Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation		
1,230,675	996,614	1,093,422	1,094,027	+ 0.1	TOTAL, TOUS RAYONS		

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990 and 1991

			Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	
No.	Type of department store	Canada	Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	Québec
INU.		1	thousar	nds of dollars -	milliers de dolla	ars	
	Major department stores			1			
1 2 3	1990 February March January-March	436,233 584,878 1,490,667	x x x	x x x	7,982 11,218 27,405	x x x	75,448 105,429 259,001
4 5 6	1991 February March January-March	381,826 507,870 1,265,310	x x x	x x x	6,985 9,753 23,399	x x x	62,201 92,296 213,500
	Percentage change						
7 8	March 1991/1990 January-March 1991/1990	-13.2 -15.1	×	×	-13.1 -14.6	x	-12.5 -17.6
	Junior department stores						
9 10 11	1990 February March January-March	333,904 440,577 1,090,818	x x x	x x x	15,609 21,277 51,905	x x x	66,371 87,582 217,281
12 13 14	1991 February March January-March	323,853 401,134 1,025,675	x x x	x x x	15,435 20,413 49,856	x x x	62,944 84,489 204,132
	Percentage change						
15 16	March 1991/1990 January-March 1991/1990	-9.0 -6.0	×	x x	-4.1 -3.9	x x	-3.5 -6.1
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 February March January-March	770,137 1,025,455 2,581,485	10,120 13,864 31,724	5,434 6,165 16,376	23,591 32,495 79,310	15,662 21,589 52,347	141,820 193,011 476,283
20 21 22	1991 February March January-March	705,678 909,004 2,290,984	10,169 12,344 31,255	3,032 3,629 11,107	22,419 30,165 73,253	15,056 19,202 48,108	125,145 176,785 417,632
	Percentage change						
23 24	March 1991/1990 January-March 1991/1990	-11.4 -11.3	-11.0 -1.5	-41.1 -32.2	-7.2 -7.6	-11.1 -8.1	-8.4 -12.3

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990 et 1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia	Coars do grand magazia	
Omano	Wallioua	Saskatchewan	Alberta	Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	
						No
	thousands of	of dollars - milliers	de dollars		Crando magazino traditione als	
180,144	19,057		57,976	77,326	Grands magasins traditionnels  1990 Février	
241,237 614,971	26,043 65,124	X X X	76,245 197,356	100,083 264,402	Mars Janvier-mars	1 2 3
153,286	16,980	x	52,508	73,145	1991 Février	4
198,052 503,362	22,228 55,840	X X	69,404 175,876	94,632 238,726	Mars Janvier-mars	5 6
		,			Variation procentuelle	
-17.9 -18.1	-14.6 -14.3	X X	-9.0 -10.9	-5.4 -9.7	Mars 1991/1990 Janvier-mars 1991-1990	7 8
					Grands magasins populaires	
· 141,243 181,065	12,991 18,503	x x	28,942 39,488	33,362 45,661	1990 Février Mars	9
456,194	44,772	x	97,654	110,477	Janvier-mars	11
139,312 163,554	12,975 16,095	x x	28,096 35,906	33,348 40,190	1991 Février Mars	12
431,167	41,426	x	90,863	104,723	Janvier-mars	14
					Variation procentuelle	
-9.7 -5.5	-13.0 -7.5	x x	-9.1 -7.0	-12.0 -5.2		15 16
					Ensemble des grands magasins	
321,387 422,302	32,048 44,546	22,471 30,007	86,918 115,733	110,688 145,743	1990 Février Mars	17 18
1,071,165	109,896	74,499	295,010	374,878	Janvier-mars	19
292,598 361,606	29,955 38,324	20,206 26,814	80,604 105,311	106,493 134,823	1991 Février Mars	20 21
934,529	97,266	67,642	266,740	343,450	Janvier-mars	22
					Variation procentuelle	
-14.4 -12.8	-14.0 -11.5	-10.6 -9.2	-9.0 -9.6	-7.5 -8.4	T .	23 24
-12.0	11.5	٥.٤	5.5			

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990 and 1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
			thousands	of dollars - milliers d	le dollars	
	Major department stores					
1	1990 February	24,833	25,588	×	16,041	50,490
3	March January-March	32,073 83,364	34,254 88,244	×	21,675 54,866	67,798 169,463
4	1991 February	21,748	23,323	x	13,995	40,269
5 6	March January-March	28,445 72,548	31,293 78,280	x x	17,741 45,466	58,481 136,820
	Percentage change					
7 8	March 1991/1990 January-March 1991/1990	-11.3 -13.0	-8.6 -11.3	x x	-18.1 -17.1	-13.7 -19.3
	i	10.0	11.0			-19.3
	Junior department stores					
9	1990 February	9,204	11,610	×	6,837	28,730
10 11	March January-March	12,423 31,421	16,222 39,757	x x	8,848 22,373	37,139 92,955
12 13	1991 February March	8,769	11,488	×	6,803	26,633
14	January-March	10,762 27,319	14,456 36,856	X	8,057 21,021	35,451 85,373
	Percentage change					
15 16	March 1991/1990 January-March 1991/1990	-13.4 -13.1	-10.9 -7.3	x	-8.9 -6.0	-4.5 -8.2
						0.2
	Total, all department stores					
17 18	1990 February	34,037	37,198	13,074	22,878	79,220
19	March January-March	44,496 114,785	50,477 128,002	17,743 43,809	30,523 77,239	104,937 262,418
20 21	1991 February March	30,517	34,810	11,834	20,797	66,902
22	January-March	39,207 99,867	45,750 115,136	15,592 38,518	25,798 66,486	93,932 222,192
	Percentage change					
23 24	March 1991/1990 January-March 1991/1990	-11.9 -13.0	-9.4 -10.1	-12.1 -12.1	-15.5 -13.9	-10.5 -15.3

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990 et 1991

Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	No
thousands of do	ollars - milliers de	dollars			
				Grands magasins traditionnels	
x	89,886	49,367	х	1990 Février	1
X	305,344	172,597	×	Mars Janvier-mars	3
x	74,747	47,584	×	1991 Février	4
X	244,846	151,763	×	Janvier-mars	6
				Variation procentuelle	
X	-18.9	-9.7 -12.1		l control of the cont	1 7
	13.0	161		Garwar maio 1999/1997	
				Grands magasins populaires	
x	38,894	11,341	х	1990 Février	9
x x	126,674	39,253	X X	Janvier-mars	11
x	37,919	11,327	×	1991 Février	12
X	115,534	35,559	×	Janvier-mars	14
				Variation procentuelle	
x x	-15.8 -8.8	-16.8 -9.4			15
				Ensemble des grands magasins	
18,690	128,779	60,708	29,200	1990 Février	1 1
65,612	432,017	211,850	99,442	Janvier-mars	15
16,413	112,666	58,911			2
56,346	360,380	187,322	86,557	Janvier-mars	2
				Variation procentuelle	
-10.3	-18.0	-11.1			23
	x x x x x x x x x x x x x x x x x x x	thousands of dollars - milliers de  x	thousands of dollars - milliers de dollars    X	thousands of dollars - milliers de dollars    X	thousands of dollars — milliers de dollars    X   89,886   49,367

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 and 1991

No.	Туре	of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
					number -	- nombre		
					I	l :		
	Major	department stores					_	
1	1990	February	323 323	2 2	1 1	10 10	5 5	52 52
2		March	330	3	1	10	5	53
3	1991	February March	335	3	i i	10	5	55
	Junio	r department stores						
5	1990	February	546	16 16	5	29 29	25 25	106 106
6		March	548					
7 8	1991	February March	556 556	16 16	5 5	31 30	25 25	111 111
8		Warch	550	10		30	20	
	Total	, all department stores						
9	1990	February	869	18	6	39	30	158
10		March	871	18	6	39	30	158
11	1991		886	19	6	41	30	164
12		March	891	19	6	40	30	166

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990 and 1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores				-	
1 2	1990 February March	15 15	21 21	6	12 12	29 29
3	1991 February March	14 14	22 22	6	14 14	29 30
	Junior department stores					
5 6	1990 February March	14 13	17 17	11	10 10	41 41
7 8	1991 February March	13 13	17 17	11 10	11 i	42 42
	Total, all department stores					
9	1990 February March	29 28	38 38	17 17	22 22	70 70
11 12	1991 February March	27 27	39 39	17 16	25 25	71 72

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990 et 1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
127	13	13	48	52	1990 Février	1 2
128	13	13	48	51	Mars	
132	13	12	49	52	1991 Février	3 4
132	13	13	50	53	Mars	
					Grands magasins populaires	
218	23	22	46	56	1990 Février	5 6
220	23	22	45	57	Mars	
219	23	22	46	58	1991 Février	7 8
220	23	22	46	58	Mars	
					Ensemble des grands magasins	
345	36	35	94	108	1990 Février	9
348	36	35	93	108	Mars	
351	36	34	95	110	1991 Février	11
352	36	35	96	111	Mars	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990 et 1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	Nº
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
13 13	7 7	52 52	27 27	12 12	1990 Février Mars	1 2
15 15	7 7	54 54	27 27	12 12	1991 Février Mars	3 4
					Grands magasins populaires	
22 22	13 13	57 58	16 17	17 17	1990 Février Mars	5
21 21	13 13	58 59	17 17	17 17	1991 Février Mars	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	20 20	109 110	43 44	29 29	1990 Février Mars	9
36 36	20 20	112 113	44	29 29	1991 Février Mars	11 12



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989-1991

		Department stores  Grands magasins								
Period Période	Tota	al .	Majo Tradition		Junior Populaires					
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution				
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%				
1989										
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7				
1990 <sup>r</sup>										
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.4 45.7 41.1 43.4 43.7				
1991										
January <sup>r</sup> - Janvier <sup>r</sup> February <sup>r</sup> - Février <sup>r</sup> March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	676,302 705,678 909,004	100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870	55.5 54.1 55.9	300,688 323,853 401,134	44.5 45.9 44.1				

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990 and 1991
 TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990 et 1991

January-March - Janvier-mars

Odilo	dary water that of			
	Department	Sales -	Ventes	Change 1991/1990
	Department	10001	1001	
	Rayon	1990 <sup>r</sup>	1991	Variation 1991/1990 <sup>r</sup>
No.				
			of dollars	per cent
		milliers d	e dollars	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms -	27 338	23.482	-14.1
2	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour	27,338	23,482	714.1
-	dames et jeunes filles	42,725	33,434	-21.7
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et	177,176	153,283	-13.5
4	jeunes filles Furs - Fourrures		155,265	-13.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour			
0	bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	112,900 36,789	111,336   32,224	-1.4 -12.4
6 7	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	42,556	39,201	-7.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	42,688	43,404	+1.7
9	Millinery - Chapeaux	3,627	3,032	-16.4
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	35,755	34,114	-4.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	34,657	30,741	-11.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	0.,00.	00,7	
	jeunes filles et enfants	58,062	49,685	-14.4
13	Men's clothing – Vêtements pour hommes	50,503 146,336	39,871 132,682	-21.1 -9.3
14	Men's furnishings – Articles d'habillement pour hommes	39,734	34,721	-12.6
15 16	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	34,296	29,329	-12.5
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	70,593	79,426	+ 12.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs – Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	188,939	173,009	-8.4
19 20	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques Piece goods – Tissus à la pièce	23,462 7,750	20,781 5,713	-11.4 -26.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	116,712	102,587	-12.1
22	Smallwares and notions - Menus articles	28,053	25,228	-10.1
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	36,711	33,916	-7.6
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher  Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	33,859 37,119	24,705 29,532	-27.0 -20.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes,	37,113	23,302	20.4
	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	24,749	22,272	-10.0
27	Furniture - Meubles	143,236	104,707	-26.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	125,255	94,252	-24.8
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	126,702	109,558	-13.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et	100.074	05.400	6.6
31	petits appareils électriques  Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	102,274 70,031	95,496 60,410	-6.6 -13.7
32	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie,	70,001	00,410	10
20	chauffage et construction	25,665	19,223	-25.1
33 34	Jewellery - Bijouterie Toys and games - Jouets et jeux	45,703	40,521	-11.3
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	47,718 84,495	50,958 71,841	+ 6.8 -15.0
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	74,244	70,278	-5.3
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence,	,=	, 0,2.	
30	huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	28,289	25,384	-10.3
38 39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparation	58,693 66,956	51,407 56,494	-12.4 -15.6
40	All other departments - Tous autres rayons	123,064	132,749	+ 7.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	2,581,485	2,290,984	-11.3
		_,	_,,_,	

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990 and 1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990 et 1991

			Una	djusted - Nor	n désaisonnalis	sés	
		199	00 <sup>r</sup>	199	)1	Change -	- Variation
	Department Rayon	February	March	February <sup>r</sup>	March	March February <sup>r</sup> 1991	March 1991/1990 <sup>r</sup>
No.		Février	Mars	Février <sup>r</sup>	Mars	Mars/ Février <sup>r</sup> 1991	Mars 1991/1990 <sup>r</sup>
		thou	sands of dollar	rs - milliers de	e dollars	per cent -	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	56,811	68.371	53,490	61,884	+ 15.7	-9.5
2	Women's and misses' coats and suits – Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	56,362	53,125	56,174	53,092	-5.5	-0.1
3	Women's and misses' sportswear – Vêtements sports pour dames et jeunes filles	290,569	342,679	296,597	360,248	+21.5	+5.1
4 5	Furs – Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment – Vêtements pour bébés et enfants et articles de	12,736	10,546	250,357 X	300,248 X	721.5	75.1
6	chambres d'enfants	158,379	176,367	173,271	193,266	+ 11.5	+9.6
6 7	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes   Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements	64,528	74,847	65,527	72,884	+11.2	-2.6
8	de nuit pour dames Intimate apparel – Sous-vêtements	68,176 82,614	74,793 83,162	68,469 88,016	73,097 93,236	+ 6.8 + 5.9	-2.3 +12.1
9	Millinery - Chapeaux	4,164	5,162	4,818	5,313	+ 10.3	+2.9
11	Women's and girls' hosiery – Bas pour dames et fillettes Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants,	60,584	63,283	63,965	67,790	+6.0	+7.1
12	moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear - Chaussures	65,812	74,511	66,667	77,763	+ 16.6	+4.4
13	pour dames, jeunes filles et enfants Men's clothing - Vêtements pour hommes	123,138 113,338	139,464 122,953	121,159 107,480	139,746 124,111	+ 15.3 + 15.5	+0.2 +0.9
14	Men's furnishings — Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings — Vêtements et articles d'habillement pour garçons	265,556	302,649 68,672	255,518 50,013	288,574 57,499	+ 12.9 + 15.0	-4.7 -16.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes		00,072	30,013		7 13.0	10.5
17	et garçons Food and kindred products - Produits alimentaires	71,412	82,135	69,206	79,724	+ 15.2	-2.9
18	et connexes Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette,	45,631	63,040	63,451	54,252	-14.5	-13.9
19	cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies - Appareils et	302,068	300,751	316,079	321,904	+1.8	+7.0
20	fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	52,291 19,270	51,699 20,864	47,109 15,471	48,114 17,629	+2.1 +13.9	-6.9 -15.5
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	226,709	237,047	232,434	249,829	+7.5	+5.4
22 23	Smallwares and notions - Menus articles China and glassware - Porcelaine et verrerie	56,815 113,312	57,757 118,340	50,857   110,480	56,234   121,715	+ 10.6 + 10.2	-2.6 +2.9
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures,	71,344	69,702	65,212	67,514	+ 3.5	-3.1
26	rideaux et housses	82,864	85,000	72,336	75,240	+4.0	-11.5
20	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	74.000	75.000	55.040	50,000		04.0
27	d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles	71,066 183,766	75,006 201,659	55,316 185,626	58,802 207,120	+6.3 +11.6	-21.6 +2.7
28 29	Major appliances - Gros appareils ménagers Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	106,094 218,391	108,320	97,256   238,789	101,744 259,582	+ 4.6 + 8.7	-6.1 + 13.3
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	206,795	217,608	189,290	213,800	+ 12.9	-1.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	164,785	174,622	163,991	181,492	+ 10.7	+3.9
32	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	71,148	72,860	50,896	51,494	+ 1.2	-29.3
33	Jewellery - Bijouterie	164,391	169,847	162,452	176,365	+ 8.6	+3.8
34 35	Toys and games - Jouets et jeux Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	141,379 209,620	159,823   250,235	137,991 212,156	149,802 258,702	+8.6 +21.9	-6.3 +3.4
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	142,965	146,970	145,597	150,242	+3.2	+2.2
	supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	72,557	67,183	66,871	66,257	-0.9	-1.4
38 39	Meals and lunches - Repas et casse-cro»tes Repairs and services - Services et travaux de réparations	20 116	5,438	3,393	68 4,678	+ 11.5 + 37.9	-14.0
40	All other departments - Tous autres rayons	112,223	135,612	90,237	137,191	+52.0	+ 1.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,389,949	4,761,241	4,313,721	4,777,997	+ 10.8	+ 0.4

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 and 1991

			Stock-sales/Sto	cks-ventes	
	Department	1990 <sup>r</sup>		1991	
	Department	February	March	February <sup>r</sup>	March
		Février	Mars	Février	Mars
No.					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and	7.56	5.11	7.80	5.34
	uniforms				
2	Women's and misses' coats and suits	5.06	2.55	6.38	3.26
3	Women's and misses' sportswear	5.62	4.38	6.29	5.34
4	Furs	7.21 4.58	5.59 3.71	1.00 4.96	1.00 4.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.50	3.71	4.90	4.03
6	Girls' and teenage girls' wear	6.09	4.22	7.44	4.49
7	Lingerie and women's sleepwear	5.04	4.58	5.43	4.90
8	Intimate apparel	7.16	4.85	6.00	5.66
9	Millinery	3.81	3.97	5.70	5.91
10	Women's and girls' hosiery	5.64	4.46	5.98	5.10
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	6.52	5.30	7.79	6.55
12	Women's, misses' and children's footwear	7.74	5.15	8.40	6.25
13	Men's clothing	8.26	5.79	10.07	7.22
14	Men's furnishings	5.90	4.91	6.52	5.23
15	Boys' clothing and furnishings	5.42	3.62	5.21	3.43
16	Men's and boys' footwear	6.94	5.66	8.50	6.30
17	Food and kindred products	2.00	2.10	2.90	1.48
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.08	4.23	5.59	5.00
19	Photographic equipment and supplies	7.32	5.99	7.63	6.21
20	Piece goods	7.92	6.88	8.87	7.67
21	Linens and domestics	7.13	5.97	7.53	7.15
22	Smallwares and notions	6.74	5.98	6.46	6.34
23	China and glassware	10.48	8.71	10.89	9.65
24	Floor coverings	7.11	5.01	8.34	6.56
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.64	5.81	7.29	6.70
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9.83	8.25	7.83	7.47
27	Furniture	4.48	3.94	5.73	5.16
28	Major appliances	2.94	2.35	3.35	2.78
29	Television, radio and music	5.57	4.96	6.95	6.51
30	Housewares and small electrical appliances	6.30	6.00	5.56	7.03
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	8.37	6.01	8.91	7.63
32	Plumbing, heating and building materials	9.83	6.99	9.30	7.53
33	Jewellery	11.13	9.30	12.54	11.07
34	Toys and games	9.88	7.96	9.70	6.72
35	Sporting goods and luggage	8.72	6.80	10.52	8.60
36	Stationery, books and magazines	5.82	5.68	6.17	6.01
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	8.41	6.55	9.08	7.39
38	Meals and lunches	**			
39	Repairs and services		0.22	0.18	0.21
40	All other departments	2.91	2.81	2.11	2.71

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990 et 1991

niformes	s pour dames et	
unes fille	26	
s filles		
ticles de	chambres d'enfants	
s		
nes		
ur dom	no at fillattan	
et enfant	es et fillettes ts	
J. 0111.011.		
ur garçoi	ns	
diaamaa	to.	
dicament es	its	
,,,		
ialos d'a	ameublement la maison	-
icies u a	arrieubiernerit la maison	
414-1		
électriqu	Jes	
etc.		
nstructio	on	
ile, répa	aration et fournitures	

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989-1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1989-1991

Canada, 1909-19	<u> </u>			
	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	¢:000	%	\$'000	%
1988	\$'000	/0	\$ 000	70
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1r + 1.1r + 1.2r -0.1r + 1.3r + 1.1r -0.9r + 0.4r -0.7r + 0.5r + 0.3r -0.2r
1989	3,891,929	+3.9	4,606,218r	· +1.1r
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,659,486r 4,488,126r 4,684,729r 4,696,187r 4,668,456r 4,724,960r 4,669,337r 4,766,814r 4,863,233r 4,787,137r 4,755,872r	+ 1.2r -3.7r + 4.4r + 0.2r -0.6r + 1.2r -1.2r + 2.1r + 2.0r -1.6r -0.7r
1990			4 700 057	0.04
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540r 4,389,949r 4,761,241r 4,893,895r 4,806,183r 4,536,523r 4,630,744r 4,934,391r 5,322,391r 5,825,385r 5,999,066r 4,469,159r	+2.0r +3.2r +5.1r +2.3r +2.5r +2.8r +3.6r +6.0r +4.6r +3.4r +5.4r +3.3r	4,729,657r 4,819,251r 4,723,078r 4,814,452r 4,787,931r 4,823,786r 4,878,320r 4,964,266r 4,997,102r 4,989,320r 5,015,064r 4,931,961r	-0.6r +1.9r -2.0r +1.9r -0.6r +0.7r +1.1r +1.8r +0.7r -0.2r +0.5r -1.7r
1991	2 020 242-	2.6-	4 552 100r	-7.7r
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,830,243r 4,313,721r 4,777,997p	-3.6r -1.7r +0.4r	4,553,199r 4,744,637r 4,802,529p	+4.2r +1.2p

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, <sup>1</sup> Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989-1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989-1991

			-1		
Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883	-12.5 -3.3 +1.2	-8.5 -7.6 -4.0
	millions of d	ollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0r 2,665.0r 2,687.0r 2,718.0r 2,732.0r 2,831.0r 2,830.0r 2,808.0r 2,814.0r 2,834.0r 2,872.0r	2,897.0r 2,944.0r 2,924.0r 2,927.0r 2,967.0r 2,962.0r 2,943.0r 2,933.0r 2,928.0r 2,981.0r 2,818.0r	2,663r 2,734r 2,812p	-5.5r + 2.7r + 2.9p	-8.1r -7.1r -3.8p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 12. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, Revised, 1990

					1990			
	Department	January	February	March	April	May	June	July
No.		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
140.								
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	6,457	7,512	13,369	16,752	17,751	15,207	11,592
1	aprons and uniforms		11,149	20,825	14,864	10,119	6,596	5,543
2	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	10,751 47,332	51,686	78,158	88,080	100,176	92,160	73,803
4 5	Furs Infants' and children's wear and nursery equipment	2,413 30,777	1,767 34,618	1,887 47,505	701 49,106	367 44,541	404 41,747	449 38,600
Ü	mand and smaller states of the state of the							
6	Girls' and teenage girls' wear	8,465	10,587	17,737	19,107 17,160	14,795 18,952	14,075 18,077	12,636 16,889
7 8	Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel	12,675	13,540 11,544	16,341 17,143	16,553	17,518	18,952	16,104
9	Millinery	1,234	1,092	1,301	1,369	1,388	1,377	1,211 8,690
10	Women's and girls' hosiery	10,844	10,736	14,175	13,819	14,638	12,036	8,090
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,523	10,088	14,046	14,728	17,691	15,366	12,243
12	Women's, misses' and children's footwear	15,063	15,913	27,086	30,934	31,508	29,519	21,936
13 14	Men's clothing Men's furnishings	15,527 39,692	13,724 45,040	21,252 61,604	20,197 66,707	19,926 71,866	20,309 93,928	14,297 61,898
15	Boys' clothing and furnishings	9,636	11,109	18,989	20,997	18,277	16,534	13,691
16	Men's and boys' footwear	9,512	10,283	14,501	14,709	15,795	17,231	12,116
17	Food and kindred products	17,767 58,471	22,867 59,426	29,959 71,042	39,425 65,431	23,033 72,310	23,836	24,579 63,078
18 19	Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies	7,697	7,140	8,625	8,513	9,579	11,302	11,098
20	Piece goods	2,283	2,433	3,034	2,981	2,946	2,680	2,276
21	Linens and domestics	45,197	31,813	39,702	38,910	42,657	46,888 8,642	48,189 8,488
22 23	Smallwares and notions China and glassware	9,956 12,316	8,431 10,807	9,666 13,588	8,550 14,670	8,731 18,109	15,628	16,122
24	Floor coverings	9,926	10,034	13,899	12,775	13,236	13,434 16,526	11,818 15,378
25	Draperies, curtains and furniture coverings	11,644	10,851	14,624	14,295	16,703	10,520	10,070
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,425	7,229	9,095	8,917	9,200	9,406	8,847
27	Furniture	51,042	40,986	51,208	52,285	57,517	66,518	57,923
28 29	Major appliances Television, radio and music	43,111	36,042 39,181	46,102 46,231	39,407 40,868	40,803		45,889 42,244
30	Housewares and small electrical appliances	33,222	32,799	36,253	33,159		36,977	38,890
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,280	19,682	29,069	36,087		47,246	37,394
32	Plumbing, heating and building materials Jewellery	8,006	7,236	10,423	11,022			11,936 19,554
33 34	Toys and games	12,670 13,337	14,775	18,258 20,075	19,598 23,688			21,693
35	Sporting goods and luggage	23,688	24,031	36,776				47,317
36	Stationery, books and magazines	23,785		25,879				25,786
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	9,402	8,625	10,262	11,547	13,014	12,647	12,295
38	Meals and lunches	18,773		22,209				19,311 28,614
39 40		21,531 36,172						47,895
	TOTAL ALL DEPARTMENTS	785,893	770,137	1,025,455	1,059,098	1,122,447	1,158,406	988,304

TABLEAU 12. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, révisées, 1990

				0	199		
	Rayon	Total	December	November	October	September	August
No			Décembre	Novembre	Octobre	Septembre	Août
1	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes	154,709	17,185	13,973	10,510	12,770	11,631
	pour dames et jeunes filles Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	200,868	26,524	30,550	30,265	20,698	12,984
3	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	1,009,791	123,788	93,218	89,200	91,979	80,211
5	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	18,318 580,338	4,277 70,046	2,707 60,141	1,435 51,436	1,160 54,520	751 57,301
6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	223,169	30,952	24,828	18,334	19,896	31,757
7 8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements	264,127 212,225	59,901 26,882	32,769   18,090	20,853 16,907	19,207 20,402	17,763 18,129
9	Chapeaux	22,452	4,715	3,551	2,343	1,600	1,271
10	Bas pour dames et fillettes	174,538	26,477	19,205	17,760	15,725	10,433
s 11	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	231,002	51,562	31,019	21,853	18,076	13,807
12	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	356,323	43,148	41,115	37,120	33,683	29,298
13	Vêtements pour hommes	283,142	51,056	37,297	29,395	23,663	16,498
14 15	Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	974,364 250,876	199,086 36,104	113,473 28,170	77,568 21,179	72,278 21,799	71,224 34,391
16	Chaussures pour hommes et garçons	197,690	30,111	24,822	18,151	16,728	13,731
s 17	Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	374,437 955,929	72,166 184,333	39,453   92,828	33,549 76,206	25,247 73,780	22,556 68,854
19 20	Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	134,852 35,392	25,803 3,962	13,093 3,671	9,665 3,403	10,150 3,126	12,187 2,597
21	Literie et linge de maison	563,152	77,764	E0 226	46,934	46.054	47 909
22	Menus articles	124,584	15,472	50,336 13,941	11,942	46,954   11,351	47,808 9,414
23	Porcelaine et verrerie	223,448	48,095	25,233	16,571	15,751	16,558
24 25	Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	161,703 177,942	16,649 16,664	18,395 16,273	16,097 15,648	13,451 14,295	11,989 15,041
26	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	128,192	21,883	16,327	10,119	9,478	9,266
27	d'ameublement pour la maison Meubles	676,280	62,583	61,919	59,556	60,834	53,909
28	Gros appareils ménagers	589,555	64,042	59,427	47,830	56,927	51,566
es 29 30	Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	681,496 524,728	142,291 99,296	74,039 55,151	58,546 42,520	56,105 39,303	48,354 39,734
31	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	427,903	56,560	41,503	28,221	31,372	21 999
n 32	Matériel de plomberie, chauffage et construction	130,867	13,248	12,136	10,219	10,318	31,888 11,402
33	Bijouterie	305,782	73,151	35,328	21,895	22,129	21,883
34 35	Jouets et jeux Articles de sport et valises	408,680 527,176	113,935 78,937	70,362 44,795	39,763 32,108	24,684 33,931	23,020 46,744
36	Papeterie, livres et revues	422,890	85,663	45,173	29,862	34,709	48,000
37	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	163,496	20,129	20,202	18,534	15,028	11,811
38	Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation	258,237 343,058	30,981 33,518	25,618	21,484	19,170	21,473
40	Tous autres rayons	699,077	116,061	34,930 78,269	32,362 57,853	28,291 50,671	29,697 51,353
41	TOTAL, TOUS RAYONS	14,192,795	2,274,998	1,523,336	1,205,195	1,151,240	1,128,286

TABLE 13. Total Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1990

	100.							
		January	February	March	April	May	June	July
	Province	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juille
No.				the second of	dollars - millie	ore do dollare		
				thousands of	Johans - mille	ers de donars		
1	Newfoundland	7,740	10,120	13,864	15,200	14,880	16,316	14,459
2	Prince Edward Island	4,777	5,434	6,165	7,115	6,279	6,976	6,973
3	Nova Scotia	23,224	23,591	32,495	34,491	35,267	38,018	32,160
4	New Brunswick	15,096	15,662	21,589	22,379	23,415	25,427	21,344
5	Quebec	141,452	141,820	193,011	202,469	227,413	223,104	181,795
6	Ontario	327,476	321,387	422,302	439,229	457,467	480,771	404,450
7	Manitoba	33,302	32,048	44,546	47,294	48,989	49,563	41,696
8	Saskatchewan	22,021	22,471	30,007	31,208	31,413	33,536	28,456
9	Alberta	92,359	86,918	115,733	113,261	122,109	125,332	112,93
10	British Columbia	118,447	110,688	145,743	146,451	155,217	159,363	144,03
11	Yukon and Northwest Territories	x	x	×	x	x	x	
12	CANADA	785,893	770,137	1,025,455	1,059,098	1,122,447	1,158,406	988,30

TABLE 14. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1990

No.	Selected metropolitan areas	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July
				thousands of	dollars - milli	ers de dollars		
1	Calgary	36,252	34,037	44,496	42,915	46,556	47,547	42,724
2	Edmonton	40,327	37,198	50,477	49,465	53,299	54,352	49,551
3	Halifax-Dartmouth	12,992	13,074	17,743	18,598	19,314	20,581	17,406
4	Hamilton	23,838	22,878	30,523	31,575	32,364	34,177	27,325
5	Montreal	78,261	79,220	104,937	109,383	123,650	120,473	95,475
6	Ottawa-Hull	36,653	35,844	47,677	49,471	53,331	54,365	45,232
7	Quebec City	19,639	18,690	27,283	27,603	32,563	31,635	26,259
8	Toronto	134,766	128,779	168,472	172,225	177,632	187,126	158,457
9	Vancouver	69,275	60,708	81,867	80,852	85,299	87,676	77,798
10	Winnipeg	30,529	29,200	39,713	41,847	43,321	43,840	36,938

TABLEAU 13. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, révisées, 1990

August Août	September Septembre	Octobre Octobre	Novembre Novembre	December Décembre	Total	Province	N <sub>o</sub>
	thous	sands of dollars	- milliers de do	ollars			
18,704	16,412	18,026	26,898	34,857	207,476	Terre-Neuve	1
7,268	6,588	6,446	9,090	13,275	86,386	Île-du-Prince-Édouard	2
37,594	36,901	40,027	60,815	80,251	474,834	Nouvelle-Écosse	3
27,002	26,450	26,519	39,550	51,867	316,298	Nouveau-Brunswick	4
213,565	221,693	229,065	273,724	409,453	2,658,569	Québec	5
453,906	469,496	486,121	623,170	946,860	5,832,635	Ontario	6
46,845	48,061	50,868	66,791	94,163	604,166	Manitoba	7
33,999	31,571	35,648	46,228	65,429	411,987	Saskatchewan	8
129,129	128,379	138,207	167,104	252,689	1,584,157	Alberta	9
160,276	165,690	174,267	209,966	326,149	2,016,292	Colombie-Britannique	10
x	x	x	х	х	х	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
1,128,286	1,151,240	1,205,195	1,523,336	2,274,998	14,192,795	CANADA	12

TABLEAU 14. Total des ventes mensuelles des grands magasins, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1990

August Août	September Septembre	Octobre Octobre	November Novembre	December Décembre	Total	Certaines zones métropolitaines	Nº
	thous	ands of dollars	- milliers de do	ollars			
46,974	47,452	52,050	60,846	93,304	595,153	Calgary	1
56,687	57,647	60,231	72,932	108,964	691,130	Edmonton	2
19,466	20,485	21,608	32,287	41,991	255,545	Halifax-Dartmouth	3
30,192	34,142	35,289	45,671	74,905	422,879	Hamilton	4
111,908	121,747	125,264	149,045	228,938	1,448,301	Montréal	5
52,945	57,226	56,020	71,025	105,001	664,790	Ottawa-Hull	6
30,498	31,022	31,118	37,249	52,964	366,523	Ville de Québec	7
172,483	183,083	192,144	234,191	370,503	2,279,861	Toronto	8
84,565	90,969	94,660	111,588	177,227	1,102,484	Vancouver	9
41,288	42,765	45,164	59,537	83,251	537,393	Winnipeg	10

TABLE 15. Major Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1990

		January	February	March	April	May	June	July
	Province	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.				thousands of i	dollars - millie	ers de dollars		
			1		1			
				×	×	×	x	×
1	Newfoundland	X	X					
2	Prince Edward Island	X	X	X	Х	X	X	Х
3	Nova Scotia	8,205	7,982	11,218	10,795	11,877	13,242	10,845
4	New Brunswick	x	х	x	Х	х	Х	X
5	Quebec	78,124	75,448	105,429	102,036	117,632	122,357	94,310
6	Ontario	193,590	180,144	241,237	235,075	247,901	271,412	217,454
7	Manitoba	20,024	19,057	26,043	25,883	26,670	27,668	23,487
8	Saskatchewan	x	х	Х	х	X	X	Х
9	Alberta	63,135	57,976	76,245	72,444	78,920	82,042	73,806
10	British Columbia	86,993	77,326	100,083	97,443	104,320	108,657	96,055
11	Yukon and Northwest Territories	х	x	х	х	X	X	х
12	CANADA	469,556	436,233	584,878	567,713	611,986	653,950	539,247

TABLE 16. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1990

	Selected metropolitan	January	February	March	April	May	June	July
No.	areas	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
				thousands of	dollars - milli	ers de dollars		
1	Calgary	26,458	24,833	32,073	30,144	33,018	33,717	30,360
2	Edmonton	28,402	25,588	34,254	32,777	35,444	36,743	33,666
3	Halifax-Dartmouth	х	Х	х	X	х	Х	х
4	Hamilton	17,150	16,041	21,675	21,272	22,191	24,007	18,315
5	Montreal	51,175	50,490	67,798	66,189	76,024	77,589	59,372
6	Ottawa-Hull	21,793	20,337	27,995	26,811	29,741	32,108	25,984
7	Quebec City	x	X	х	х	х	х	×
8	Toronto	97,541	89,886	117,917	115,151	120,748	129,680	105,991
9	Vancouver	57,591	49,367	65,639	63,774	67,669	70,191	61,588
10	Winnipeg	×	X	×	×	×	×	×

TABLEAU 15. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, révisées, 1990

August Août	September Septembre	October Octobre	Novembre Novembre	December Décembre	Total	Province	N°
	thous	sands of dollars	- milliers de de	ollars			
x	×	x	×	x	x	Terre-Neuve	1
x	х	×	Х	×	х	Île-du-Prince-Édouard	2
11,934	13,614	13,152	19,654	26,529	159,047	Nouvelle-Écosse	3
x	х	×	х	x	х	Nouveau-Brunswick	4
110,723	126,399	126,204	151,395	224,030	1,434,087	Québec	5
244,318	272,101	272,124	347,772	543,358	3,266,486	Ontario	6
25,918	29,005	29,081	39,292	53,754	345,882	Manitoba	7
x	х	x	х	x	х	Saskatchewan	8
83,235	88,594	91,644	112,294	171,750	1,052,088	Alberta	9
107,243	117,407	119,457	145,274	228,299	1,388,557	Colombie-Britannique	10
x	x	x	х	x	х	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
612,105	677,648	681,974	858,285	1,304,373	7,997,948	CANADA	12

TABLEAU 16. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1990

Augu	,		November Novembre	December Décembre	Total	Certaines zones métropolitaines	N°
	thou	sands of dollars	- milliers de de	ollars			
		1					
33,36	35,490	38,216	45,755	69,788	433,214	Calgary	1
37,75	41,051	40,741	50,403	76,450	473,271	Edmonton	2
	x x	x	х	х	х	Halifax-Dartmouth	3
20,24	1 24,660	25,083	32,066	54,639	297,340	Hamilton	4
69,16	80,496	80,701	96,862	147,590	923,448	Montréal	5
30,34	2 35,415	33,283	42,356	64,483	390,648	Ottawa-Hull	6
	x x	х	х	х	x	Ville de Québec	7
116,40	128,447	132,671	161,954	261,596	1,577,986	Toronto	8
67,12	9 74,701	76,140	90,124	144,369	888,282	Vancouver	9
	x x	х	×	х	· x	Winnipeg	10

TABLE 17. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, Revised, 1990

		January	February	March	April	May	June	July
	Province	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.								
			1	housands of c	dollars - millie	ers de dollars 1	ı	
1	Newfoundland	X	Х	Х	X	X	X	Х
2	Prince Edward Island	x	X	Х	Х	X	X	Х
3	Nova Scotia	15,019	15,609	21,277	23,696	23,389	24,775	21,315
4	New Brunswick	x	x	х	х	х	х	Х
5	Quebec	63,328	66,371	87,582	100,433	109,781	100,746	87,485
6	Ontario	133,886	141,243	181,065	204,154	209,566	209,359	186,996
7	Manitoba	13,278	12,991	18,503	21,411	22,319	21,895	18,209
8	Saskatchewan	x	X	x	х	х	х	х
9	Alberta	29,224	28,942	39,488	40,818	43,188	43,290	39,130
10	British Columbia	31,454	33,362	45,661	49,009	50,896	50,706	47,980
11	Yukon and Northwest Territories	×	x	x !	X	x	X	х
12	CANADA	316,337	333,904	440,577	491,385	510,461	504,456	449,057

TABLE 18. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, Revised, 1990

No.	Selected metropolitan areas	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
		thousands of dollars - milliers de dollars						
1	Calgary	9.794	9,204	12,423	12,771	13,539	13,830	12,365
2	Edmonton	11,925	11,610	16,222	16,688	17,855	17,609	15,885
3								
3	Halifax-Dartmouth	×	X	Х	×	×	Х	Х
4	Hamilton	6,688	6,837	8,848	10,303	10,173	10,171	9,010
5	Montreal	27,086	28,730	37,139	43,194	47,625	42,884	36,104
6	Ottawa-Hull	14,861	15,507	19,682	22,660	23,590	22,257	19,248
7	Quebec City	x	X	Х	х	X	x	х
8	Toronto	37,225	38,894	50,555	57,075	56,885	57,447	52,466
9	Vancouver	11,684	11,341	16,228	17,078	17,630	17,485	16,210
10	Winnipeg	х	. х	х	×	×	×	x

TABLEAU 17. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, révisées, 1990

				T			
August Août	September Septembre	Octobre	Novembre Novembre	December Décembre	Total	Province	No
	thous	sands of dollars		114			
	1	1		I	1		
x	x	×	Х	х	х	Terre-Neuve	1
x	×	x	Х	×	x	Île-du-Prince-Édouard	2
25,659	23,287	26,875	41,160	53,722	315,783	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	Х	x	х	Nouveau-Brunswick	4
102,842	95,293	102,861	122,329	185,427	1,224 478	Québec	5
209,588	197,395	213,997	275,398	403,502	2,566,149	Ontario	6
20,927	19,055	21,788	27,500	40,408	258,284	Manitoba	7
x	x	×	х	x	х	Saskatchewan	8
45,894	39,785	46,563	54,809	80,939	532,070	Alberta	9
53,033	48,283	54,810	64,693	97,850	627,737	Colombie-Britannique	10
×	×	х	x	х	х	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
516,181	473,592	523,221	665,051	970,625	6,194,847	CANADA	12

TABLEAU 18. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, révisées, 1990

August Août	September Septembre	Octobre Octobre	Novembre Novembre	December Décembre	Total	Certaines zones métropolitaines	No
	thous	sands of dollars	- milliers de de	ollars			
10.010	44.000	40.004	45.000	00.546	101.040	Coloni	
13,612	11,962	13,834	15,090	23,516	161,940	Calgary	
18,935	16,596	19,489	22,529	32,514	217,857	Edmonton	2
×	х	X	x	х	х	Halifax-Dartmouth	3
9,950	9,482	10,206	13,604	20,266	125,538	Hamilton	4
42,746	41,251	44,563	52,183	81,348	524,853	Montréal	5
22,603	21,810	22,737	28,669	40,518	274,142	Ottawa-Hull	6
×	x	×	х	×	×	Ville de Québec	7
56,080	54,636	59,472	72,237	108,908	701,880	Toronto	8
17,435	16,268	18,520	21,464	32,858	214,201	Vancouver	9
х	х	х	x	х	х	Winnipeg	10

TABLE 19. Department Store Sales, Stocks and Accounts Receivable, Seasonally Adjusted (Direct Method), Revised, Canada, 1974-1990

		January	February	March	April	May	June
	Year	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juir
lo.		03.11.0.		de et dellere	- milliers de dollars		
			tnous	ands of dollars	millers de dollars		
	Sales:						
1	1974	394,170	405,683 445,876	407,900 455,635	410,261 463,229	417,694 480,008	431,752 470,077
2	1975   1976	439,793 507,299	507,258	512,893	550,923	524,915	552,376
4	1977	563,005	576,528	557,702	559,831	564,224	555,020
5	1978	605,943	613,774 662,995	619,690 691,035	617,319 685,698	625,688 695,811	628,529 702,389
6 7	1979	655,005 756,101	733,784	739,388	743,467	756,545	767,02
8	1981	844,067	837,333	840,478	857,265	843,044	890,15
9	1982	821,162	849,681	824,084	837,175	847,629	840,888
10	1983	872,018	887,712	920,702	809,936	890,882 943,414	974,611 973,180
11	1984	932,610 961,889	942,373 959,990	913,943 996,440	940,310 981,760	995,607	968,836
12 13	1985 1986	1,066,248	1,044,237	1,071,789	1.064.009	1,071,108	1,023,67
14	1987 <sup>r</sup>	1,062,838	1,088,398	1,064,570	1,095,162	1,069,474	1,066,967
15	1988 <sup>r</sup>	1,062,614	1,046,399	1,090,915	1,059,074	1,077,912	1,105,618
16	1989 <sup>r</sup>	1,137,816	1,144,678	1,148,306 1,176,619	1,138,368 1,197,299	1,183,408 1,142,559	1,168,422 1,174,660
17	1990 <sup>r</sup>	1,172,194	1,187,728	1,170,019	1,137,233	1,142,555	1,174,000
	Stocks:						
17	1974	1,116,508	1,181,554	1,227,960	1,188,515	1,321,889	1,290,83
18	1975 1976	1,347,210 1,577,437	1,368,990 1,597,651	1,356,839 1,610,848	1,425,466 1,732,687	1,349,957 1,746,250	1,363,56 1,763,85
19 20	1976	1,720,218	1,843,944	1,782,207	1,814,672	1,839,007	1,780,64
21	1978	1,850,501	1,871,491	1,915,915	1,899,494	1,930,426	2,020,38
22	1979	2,243,851	2,215,632	2,346,992	2,264,510	2,311,306	2,369,63
23	1980	2,528,195	2,544,844	2,526,383	2,562,991	2,626,761	2,542,75
24 25	1981 1982	2,590,747 2,986,644	2,809,958 2,914,452	1,741,784 2,890,067	2,908,774   3,124,025	2,891,920 2,987,819	2,854,55 3,085,97
26	1983	3,018,155	2,953,592	3,091,132	2,975,253	3,043,528	3,165,87
27	1984	3,390,725	3,493,858	3,461,274	3,402,071	3,246,690	3,334,35
28	1985	3,356,090	3,293,021	3,286,369	3,385,645	3,436,438	3,430,11
29 30	1986 1987 <sup>r</sup>	4,004,077 4,258,813	4,288,064 4,490,070	4,286,252 4,489,823	4,210,494 4,436,912	4,274,400 4,458,383	4,308,82 4,527,63
31	1988 <sup>r</sup>	4,378,993	4,426,299	4,481,223	4,476,053	4,532,932	4,580,89
32	1989'	4,606,218	4,659,486	4,488,126	4,684,729	4,696,187	4,668,45
33	1990 <sup>r</sup>	4,729,657	4,819,251	4,723,078	4,814,452	4,787,931	4,823,780
	Accounts Receivable:						
33	1974	887	891	886	922	929	940
34	1975	1,031	1,043	1,052	1,048	1,057	1,06
35 36	1976 1977	1,091	1,107	1,110	1,121	1,127	1,13 1,16
37	1978	1,213	1,148 1,225	1,152 1,232	1,159 1,240	1,164 1,258	1,10
38	1979	1,333	1,341	1,350	1,352	1,354	1,36
39	1980	1,427	1,448	1,410	1,424	1,415	1,41
40 41	1981	1,470	1,484	1,499	1,511	1,529	1,55 1,55
42	1982	1,538 1,579	1,550 1,594	1,562 1,590	1,562 1,608	1,562 1,626	1,63
43	1984	1,713	1,710	1,722	1,735	1,744	1,77
44	1985	1,879	1,885	1,903	1,924	1,944	1,96
45	1986	2,093	2,109	2,124	2,145	2,166	2,17
46 47	1987 <sup>r</sup> 1988 <sup>r</sup>	2,171	2,181 2,274	2,174 2,362	2,211	2,135	2,13 2,40
48	1989 <sup>r</sup>	2,651	2,665	2,362	2,400 2,718	2,444 2,732	2,40
49	1990 <sup>r</sup>	2,897	2,944	2,924	2,927	2,961	2,96

TABLEAU 19. Ventes totales, stocks et comptes à recevoir des grands magasins, désaisonnalisés (par la méthode directe), révisés, Canada, 1974-1990

July   August   September   October   November   December   Année   November   December   Decembe	 							
### Thousands of dollars — milliers de dollars  #### Thousands of dollars — milliers de dollars  #### Ventes:  ### Ventes:	lube	August	September	Octobor	Navambar	Docombox		
### Thousands of dollars — millers de dollars    Wentes:   Ventes:	July	August				December	Année	
## ## ## ## ## ## ## ## ## ## ## ## ##	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		014
425,339		thou	cande of dollars	- milliore de della				IN <sup>o</sup>
425,389		trious	sanus oi dollars	- millers de dolla	urs .			
425,389								
425,389							Ventes:	
\$494,335								
542,031			-, -			- /		
570,906   597,890   587,890   582,127   575,889   614,968   576,984   1977   4   629,180   646,318   666,005   659,983   673,247   671,892   1978   5   725,079   740,249   719,418   735,059   729,555   739,928   1979   6   768,614   776,634   798,653   802,906   805,874   816,387   1980   7   846,467   849,154   844,810   849,833   862,912   850,150   1981   8   834,000   854,669   858,793   859,336   859,024   877,589   1982   9   922,117   914,173   998,623   830,414   904,722   915,635   1883   10   10,68,862   1,100,79   1,066,243   1,062,724   1,070,151   1,085,970   1,066,243   1,062,724   1,070,151   1,055,970   1,066,243   1,062,724   1,070,151   1,155,948   1,114,914   1,162,825   1,044,818   1,144,914   1,162,424   1,167,499   1,174,981   1,190,598   1,179,311   1,190,823   1,179,762   1,150,924   1,230,675   1990'   1,704,986   2,062,365   2,095,637   2,083,904   2,083,966   2,143,980   2,383,743   2,445,887   2,283,946   3,265,631   2,999,708   3,044,413   1,679,961   1,472,435   1,489,401   1,516,953   1,480,355   1975   18   1,750,131   1,769,225   1,805,724   1,806,117   1,749,977   1,79,200   1976   1974   1,230,675   1990'   1,704,961   1,720,720   1,720   1,		542,824			· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	,		3
725.079		, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,						4
846,467 849,154 844,810 849,833 862,912 850,160 1981 8 834,000 854,669 858,793 850,936 859,024 877,569 1982 9 925,117 914,173 909,623 930,414 904,722 919,635 1983 100 949,027 919,429 969,627 955,463 971,099 919,635 1983 101 1,006,661 1,013,007 1,017,622 1,017,987 1,034,516 1,036,957 1985 12 1,064,862 1,055,970 1,066,243 1,062,724 1,070,515 1,063,743 1986 13 1,072,496 1,072,733 1,057,909 1,064,285 1,064,882 1,062,749 1987 14 1,189,435 1,105,531 1,112,599 1,111,618 1,116,419 1,124,575 1988' 15 1,151,944 1,165,948 1,144,914 1,165,243 1,167,149 1,1724,575 1988' 15 1,151,944 1,427,435 1,499,178 1,439,801 1,516,953 1,440,385 1975 18 1,759,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1976 1974 17 1,885,944 1,427,435 1,499,178 1,439,801 1,516,953 1,480,385 1975 18 1,750,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1976 1974 2,202,986 2,205,365 2,095,637 2,095,637 2,262,204 2,253,55 2,268,494 2,254,302 2,259,5576 1979 2,22 2,027,986 2,052,365 2,055,637 2,446,047 2,549,74 2,543,029 2,595,576 1979 2,22 2,027,986 2,253,55 2,368,40 3,255,679 1,299,377 2,20 2,027,986 3,228,199 3,244,367 2,446,047 2,549,74 2,543,029 2,595,576 1979 2,22 2,027,986 3,228,199 3,472,248 3,266,751 3,266,751 3,266,751 3,279,484 1983 2,245,391 3,24								5
846,467 849,154 844,810 849,833 862,912 850,160 1981 8 834,000 854,669 858,793 850,936 859,024 877,569 1982 9 925,117 914,173 909,623 930,414 904,722 919,635 1983 100 949,027 919,429 969,627 955,463 971,099 919,635 1983 101 1,006,661 1,013,007 1,017,622 1,017,987 1,034,516 1,036,957 1985 12 1,064,862 1,055,970 1,066,243 1,062,724 1,070,515 1,063,743 1986 13 1,072,496 1,072,733 1,057,909 1,064,285 1,064,882 1,062,749 1987 14 1,189,435 1,105,531 1,112,599 1,111,618 1,116,419 1,124,575 1988' 15 1,151,944 1,165,948 1,144,914 1,165,243 1,167,149 1,1724,575 1988' 15 1,151,944 1,427,435 1,499,178 1,439,801 1,516,953 1,440,385 1975 18 1,759,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1976 1974 17 1,885,944 1,427,435 1,499,178 1,439,801 1,516,953 1,480,385 1975 18 1,750,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1976 1974 2,202,986 2,205,365 2,095,637 2,095,637 2,262,204 2,253,55 2,268,494 2,254,302 2,259,5576 1979 2,22 2,027,986 2,052,365 2,055,637 2,446,047 2,549,74 2,543,029 2,595,576 1979 2,22 2,027,986 2,253,55 2,368,40 3,255,679 1,299,377 2,20 2,027,986 3,228,199 3,244,367 2,446,047 2,549,74 2,543,029 2,595,576 1979 2,22 2,027,986 3,228,199 3,472,248 3,266,751 3,266,751 3,266,751 3,279,484 1983 2,245,391 3,24								7
925,117 914,173 909,623 930,414 904,722 919,635 1983 10 949,027 919,429 969,627 95,646 971,099 936,720 1984 11 1,006,861 1,013,007 1,017,622 1,017,987 1,034,516 1,036,957 1985 12 1,064,862 1,055,970 1,066,243 1,062,724 1,070,515 1,083,453 1986 13 1,072,496 1,072,733 1,112,959 1,111,1618 1,116,419 1,124,575 1988' 15 1,151,944 1,165,948 1,144,914 1,168,243 1,167,149 1,178,381 1989' 16 1,190,598 1,179,311 1,190,823 1,179,762 1,150,924 1,230,675 1990' 17  1,328,153 1,351,060 1,360,002 1,411,458 1,376,023 1,416,796 1974 17 1,328,153 1,351,060 1,360,002 1,411,458 1,376,023 1,416,796 1974 17 1,328,153 1,351,060 1,360,002 1,411,458 1,376,023 1,416,796 1974 17 1,328,153 1,151,944 1,427,435 1,459,178 1,439,801 1,516,953 1,480,385 1975 18 1,750,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1976 19 1,204,1986 2,052,385 2,005,637 2,082,904 2,085,366 2,143,422 1978 21 2,287,439 2,445,387 2,446,049 2,549,749 2,543,029 2,955,767 1990 22 2,624,204 2,560,517 2,550,512 2,681,051 2,686,056 2,688,494 1980 23 3,017,201 2,989,480 2,263,840 3,256,19 2,999,703 3,038,593 1981 24 2,998,377 2,923,719 3,000,915 2,900,320 2,804,488 3,127,348 1982 25 3,152,859 3,228,199 3,475,952 3,285,619 2,999,703 3,038,593 1981 24 4,662,341 4,577,599 3,478,799 3,741,881 3,724,040 4,686,341 4,597,599 4,550,184 4,679,183 1,135 1,141 1,150 1,154 4,779,184 1,159 1,173 1,182 1,189 1,190 1,197 4,755,773 1,188 1,197 3,198 1,198 1,198 1,173 1,182 1,189 1,190 1,197 4,187,517 4,187,518 1,197 3,182 1,173 1,182 1,189 1,190 1,197 1,197 1,214 1,197 3,198 1,199 1,197 1,214 1,197 3,198 1,199 1,197 1,214 1,197 3,199 1,199 1,197 1,214 1,197 3,196 1,197 1,214 1,197 3,196 1,197 1,197 1,199 1,092 1,121 1,092 1975 3,44 1,197 3,196 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,197 1,198 1,190 1,197 1,214 1,197 3,198 1,	846,467	849,154	844,810	849,833		850,160	1981	8
949.027   919.429   999.627   955.463   971.099   958.720   1984   11								9
1,008,661   1,013,007   1,017,622   1,017,697   1,034,516   1,036,957   1985   12   1,064,862   1,055,970   1,066,243   1,062,724   1,070,515   1,063,743   1986   13   1,072,496   1,072,733   1,057,909   1,064,285   1,048,482   1,082,780   1987'   14   1,165,948   1,165,948   1,144,914   1,168,243   1,167,149   1,178,381   1989'   16   1,179,311   1,190,823   1,179,762   1,150,924   1,230,675   1990'   17   17   1,28,153   1,351,060   1,360,902   1,411,458   1,376,023   1,416,769   1,779,280								
1,072,496 1,072,733 1,057,909 1,064,285 1,084,882 1,082,780 1987' 14 1,089,435 1,105,531 1,112,959 1,116,181 1,116,149 1,124,575 1982' 15 1,151,944 1,165,948 1,144,914 1,168,243 1,167,149 1,178,381 1989' 16 1,190,598 1,179,311 1,90,823 1,179,762 1,150,924 1,230,675 1990' 17  Stocks:  1,328,153 1,351,060 1,360,902 1,411,458 1,376,023 1,416,796 1974 17 1,385,944 1,427,435 1,459,178 1,439,801 1,516,953 1,480,335 1975 188 1,750,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1976 199 1,804,604 1,871,592 1,825,711 1,837,434 1,900,514 1,849,230 1977 20 2,021,986 2,005,2965 2,095,637 2,082,904 2,085,366 2,143,422 1978 21 2,364,204 2,560,517 2,505,512 2,681,051 2,686,056 2,698,494 1980 23 3,017,201 2,989,432 2,963,840 3,255,619 2,999,703 3,038,593 1981 22 2,988,377 2,993,719 3,009,15 2,909,030 2,999,703 3,038,593 1981 24 2,988,377 2,993,719 3,009,15 2,909,030 2,894,468 3,127,348 1982 25 3,152,859 3,228,196 3,475,952 3,256,751 3,349,704 3,427,463 1983 26 3,347,132 3,446,991 3,472,248 3,805,23 3,420,454 3,441 1,884 2,26 4,462,341 4,537,599 4,550,184 4,747,38 4,406,75 4,452,836 4,559,046 4,921,19 4,270,918 4,482,067 4,452,836 4,559,046 4,997,102 4,989,320 5,015,064 4,957,109 1,997 1,135 1,141 1,150 1,154 1,155 1,157 1,158 1,141 1,150 1,154 1,155 1,154 1,155 1,155 1,156 1,157 1,158 1,141 1,150 1,154 1,155 1,156 1,154 1,159 1,156 1,154 1,159 1,156 1,157 1,158 1,141 1,150 1,154 1,150 1,154 1,159 1,156 1,158 1,159 1,159 1,156 1,159 1,159 1,159 1,156 1,159								
1,089,435								
1,151,944 1,165,948 1,144,914 1,168,243 1,167,149 1,178,381 1989' 16 1,190,598 1,179,311 1,190,823 1,179,762 1,150,924 1,230,675 1990' 17    1,328,153 1,351,060	1							
1,328,153			1,144,914					
1,328,153 1,351,060 1,360,002 1,411,458 1,376,023 1,441,676 1,775,131 1,750,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1,976 1,986 2,052,365 2,095,637 2,082,904 2,083,366 2,143,422 2,624,204 2,560,517 2,505,512 2,681,051 2,982,377 2,923,719 3,001,915 3,288,196 3,475,952 3,286,751 3,349,707 3,491,678 3,418,283 4,128,341 4,527,599 4,550,184 4,474,738 4,462,341 4,537,599 4,550,184 4,551,948 4,559,948 4,55	1,190,598	1,179,311	1,190,823	1,179,762	1,150,924	1,230,675	1990 <sup>r</sup>	17
1,328,153 1,351,060 1,360,002 1,411,458 1,376,023 1,441,676 1,775,131 1,750,131 1,769,225 1,805,724 1,806,117 1,749,397 1,779,280 1,976 1,986 2,052,365 2,095,637 2,082,904 2,083,366 2,143,422 2,624,204 2,560,517 2,505,512 2,681,051 2,982,377 2,923,719 3,001,915 3,288,196 3,475,952 3,286,751 3,349,707 3,491,678 3,418,283 4,128,341 4,527,599 4,550,184 4,474,738 4,462,341 4,537,599 4,550,184 4,551,948 4,559,948 4,55								
1,385,944							Stocks:	
1,750,131	1,328,153	1,351,060	1,360,902	1,411,458	1,376,023	1,416,796	1974	17
1,804,604								
2,021,986								
2,387,439								
3,017,201	2,387,439	2,445,387	2,446,049	2,549,794	2,543,029	2,395,576	1979	
2,998,377								
3,152,859 3,246,991 3,476,991 3,476,992 3,446,991 3,471,283 3,497,071 3,491,678 3,418,789 3,418,789 3,418,818 4,128,381 4,299,646 4,392,119 4,270,918 4,462,341 4,537,599 4,550,184 4,474,738 4,406,715 4,552,954 4,552,954 4,625,388 1986 29 4,462,341 4,559,004 4,5527,455 4,551,265 4,556,732 4,557,738 1988' 31 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,989,320 4,964,266 4,997,102 4,989,320 5,015,064  1,001 1,001 1,974 1,135 1,141 1,150 1,154 1,161 1,159 1,173 1,182 1,189 1,190 1,197 1,214 1,977 36 1,278 1,278 1,279 1,288 1,279 1,385 1,414 1,410 1,421 1,438 1,447 1,447 1,452 1,980 1,607 1,596 1,577 1,560 1,580 1,577 1,566 1,577 1,560 1,580 1,577 1,566 1,577 1,560 1,580 1,572 1,570 1,586 1,982 1,084 1,087 1,094 1,001 1,001 1,974 1,001 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,985 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,987 1,986 1,987 1,987 1,988 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,989 1,989 1,989 1,981 1,906 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,986 1,987 1,987 1,986 1,987 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,987 1,989 1,987 1,989 1,987 1,98								1
3,497,071	3,152,859	3,228,196	3,475,952	3,256,751	3,349,704	3,427,463	1983	
4,128,381								
4,462,341								
4,724,960       4,669,337       4,766,814       4,863,233       4,787,137       4,755,872       1989f       32         4,878,320       4,964,266       4,997,102       4,989,320       5,015,064       4,931,961       1990f       33         Comptes à recevoir:         964       975       985       998       1,004       1,001       1974       33         1,064       1,071       1,079       1,092       1,121       1,092       1975       34         1,135       1,141       1,150       1,154       1,161       1,159       1976       35         1,173       1,182       1,189       1,190       1,197       1,214       1997       36         1,278       1,279       1,288       1,343       1,327       1,332       1978       37         1,365       1,376       1,382       1,394       1,385       1,430       1979       38         1,417       1,421       1,438       1,447       1,447       1,452       1980       39         1,607       1,596       1,579       1,566       1,577       1,566       1981       40         1,557       1,560       1,580       1,572	4,462,341	4,537,599	4,550,184	4,474,738	4,406,715	4,372,738	1987 <sup>r</sup>	
4,878,320								
964 975 985 998 1,004 1,001 1974 33 1,064 1,071 1,079 1,092 1,121 1,092 1975 34 1,135 1,141 1,150 1,154 1,161 1,159 1976 35 1,173 1,182 1,189 1,190 1,197 1,214 1977 36 1,278 1,279 1,298 1,343 1,327 1,332 1978 37 1,365 1,376 1,382 1,394 1,385 1,430 1979 38 1,417 1,421 1,438 1,447 1,447 1,452 1980 39 1,607 1,596 1,579 1,566 1,577 1,566 1981 40 1,557 1,560 1,580 1,572 1,570 1,566 1981 40 1,557 1,635 1,632 1,640 1,653 1,657 1,649 1983 42 1,784 1,789 1,804 1,826 1,841 1,880 1984 43 1,989 2,011 2,024 2,040 2,065 2,071 1985 44 2,174 2,180 2,132 2,159 2,176 2,178 1986 45 2,053 2,263 2,240 2,256 2,268 2,318 1987 46 2,425 2,454 2,535 2,568 2,606 2,589 1988 47 2,831 2,830 2,808 2,814 2,834 2,872 1989 48								
964 975 985 998 1,004 1,001 1974 33 1,064 1,071 1,079 1,092 1,121 1,092 1975 34 1,135 1,141 1,150 1,154 1,161 1,159 1976 35 1,173 1,182 1,189 1,190 1,197 1,214 1977 36 1,278 1,279 1,298 1,343 1,327 1,332 1978 37 1,365 1,376 1,382 1,394 1,385 1,430 1979 38 1,417 1,421 1,438 1,447 1,447 1,452 1980 39 1,607 1,596 1,579 1,566 1,577 1,566 1981 40 1,557 1,560 1,580 1,572 1,570 1,566 1981 40 1,557 1,632 1,640 1,653 1,657 1,649 1983 42 1,784 1,789 1,804 1,826 1,841 1,880 1984 43 1,989 2,011 2,024 2,040 2,065 2,071 1985 44 2,174 2,180 2,132 2,159 2,176 2,178 1986 45 2,053 2,263 2,240 2,256 2,268 2,318 1987' 46 2,425 2,454 2,535 2,568 2,606 2,589 1988' 47 2,831 2,830 2,808 2,814 2,834 2,872 1989'								
1,064     1,071     1,079     1,092     1,121     1,092     1975     34       1,135     1,141     1,150     1,154     1,161     1,159     1976     35       1,173     1,182     1,189     1,190     1,197     1,214     1977     36       1,278     1,279     1,298     1,343     1,327     1,332     1978     37       1,365     1,376     1,382     1,394     1,385     1,430     1979     38       1,417     1,421     1,438     1,447     1,447     1,452     1980     39       1,607     1,596     1,579     1,566     1,577     1,566     1981     40       1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589							Comptes à recevoir:	
1,064     1,071     1,079     1,092     1,121     1,092     1975     34       1,135     1,141     1,150     1,154     1,161     1,159     1976     35       1,173     1,182     1,189     1,190     1,197     1,214     1977     36       1,278     1,279     1,298     1,343     1,327     1,332     1978     37       1,365     1,376     1,382     1,394     1,385     1,430     1979     38       1,417     1,421     1,438     1,447     1,447     1,452     1980     39       1,607     1,596     1,579     1,566     1,577     1,566     1981     40       1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589	964	975	985	998	1,004	1,001	1974	33
1,173     1,182     1,189     1,190     1,197     1,214     1977     36       1,278     1,279     1,298     1,343     1,327     1,332     1978     37       1,365     1,376     1,382     1,394     1,385     1,430     1979     38       1,417     1,421     1,438     1,447     1,447     1,452     1980     39       1,607     1,596     1,579     1,566     1,577     1,566     1981     40       1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987'     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988'       47     2,831     2,830     2,808     2,814								
1,278     1,279     1,298     1,343     1,327     1,332     1978     37       1,365     1,376     1,382     1,394     1,385     1,430     1979     38       1,417     1,421     1,438     1,447     1,447     1,452     1980     39       1,607     1,596     1,579     1,566     1,577     1,566     1981     40       1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987'     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1989'     48								
1,365     1,376     1,382     1,394     1,385     1,430     1979     38       1,417     1,421     1,438     1,447     1,447     1,452     1980     39       1,607     1,596     1,579     1,566     1,577     1,566     1981     40       1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987'     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988'     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872     1989'     48								
1,607     1,596     1,579     1,566     1,577     1,566     1981     40       1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987'     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988'     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872     1989'     48	1,365	1,376	1,382					
1,557     1,560     1,580     1,572     1,570     1,536     1982     41       1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987*     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988*     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872     1989*     48								
1,635     1,632     1,640     1,653     1,657     1,649     1983     42       1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880     1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071     1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987°     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988°     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872     1989°     48								,
1,784     1,789     1,804     1,826     1,841     1,880   1984     43       1,989     2,011     2,024     2,040     2,065     2,071   1985     44       2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178   1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318   1987'     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589   1988'     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872   1989'     48	1,635	1,632	1,640	1,653	1,657	1,649	1983	42
2,174     2,180     2,132     2,159     2,176     2,178     1986     45       2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987°     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988°     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872     1989°     48		1,789						- 1
2,053     2,263     2,240     2,256     2,268     2,318     1987°     46       2,425     2,454     2,535     2,568     2,606     2,589     1988°     47       2,831     2,830     2,808     2,814     2,834     2,872     1989°     48								
2,425	2,053			2,256	2,268	2,318	1987 <sup>r</sup>	46
	2,425							
3,00								
	 2,002	2,513	2,003					

TABLE 20. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, Revised, 1990

		1990										
	Department	January	February	March	April	May	June	July				
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juille				
Vo.		thousands of dollars - milliers de dollars										
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	13,723	12,818	14,868	14,646	13,091	12,914	13,005				
	aprons and uniforms	17 160	18,049	17,176	15,648	17,463	16.882	17,308				
2	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	17,169 83,377	82,649	84,287	84,418	82,318	84,208	86,049				
3	Furs							40 50				
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	45,314	46,723	46,386	50,719	45,570	48,792	49,580				
6	Girls' and teenage girls' wear	19,279	19,899	17,637	20,641	15,732	18,827 21,380	18,53 21,66				
7	Lingerie and women's sleepwear	22,286 17,192	22,298 16,659	22,095 17,107	22,381 17,158	20,613	17,173	17,48				
8	Intimate apparel Millinery	1,539	1,890	2,047	2,014	1,926	1,988	2,03				
10	Women's and girls' hosiery	14,449	14,252	14,411	13,616	14,506	14,716	14,78				
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	18,816	19,452	19,436	18,621	18,849	19,144	19,78				
12	Women's, misses' and children's footwear	29,391	28,997	29,717	28,547	28,798	29,527	30,20				
13	Men's clothing	28,108	26,634	24,653	23,237	22,916	22,523	22,78				
14 15	Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	78,959 20,889	80,953 21,155	80,116 20,374	81,616 21,127	79,601 19,415	80,954 20,700	81,97 20,77				
16	Men's and boys' footwear	17,078	18,036	16,402	15,342	15,490	16,011	16,18				
.17	Food and kindred products	27,711 82,085	29,342 79,700	24,531 80,606	39,357 80,785	29,110 78,989	30,693 78,984	33,02 78,92				
18 19	Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies	11,265	11,346	11,307	11,396	11,188	10,963	11,38				
20	Piece goods	3,119	3,084	2,928	3,002	3,010	2,926	2,86				
21	Linens and domestics	49,351	46,747	47,384	46,197	46,187	47,278	47,54				
22	Smallwares and notions	10,153	10,440	10,323	10,206	10,438	10,700	10,54				
23 24	China and glassware Floor coverings	19,186 12,983	18,479 13,806	18,171 13,843	18,451 13,187	19,023   13,184	18,808 12,993	19,80 12,73				
25	Draperies, curtains and furniture coverings	16,831	15,301	15,321	15,174	15,336	14,806	14,71				
26	Lamps, pictures, mirrors and all other	11,429	10,604	10,879	10,874	10,872	11,307	10,73				
27	home furnishings Furniture	57,646	57,302	55,967	55,562	53,635	55,649	54,25				
28	Major appliances	52,481	51,007	49,286	48,514	43,940	47,783	46,77				
29 30	Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	54,843 45,253	55,991 44,557	55,729 45,560	54,793 43,258	56,424 43,141	62,736 43,040	56,66 44,29				
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	35,919	34,838	36,275	37,283	34,810	36,455	36,84				
32	Plumbing, heating and building materials	11,740	11,976	12,319	11,316	10,632	9,537	10,71				
33 34	Jewellery Toys and games	26,825 32,746	26,922 33,275	26,236 31,147	26,012 34,793	25,870 34,020	25,567 33,972	26,20 35,50				
35	Sporting goods and luggage	40,163	45,386	45,528	44,096	43,665	44,419	45,27				
36	Stationery, books and magazines	34,986	35,273	34,516	35,910	32,513	35,273	36,28				
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	13,177	13,422	12,770	12,548	12,900	13,258	12,71				
38	Meals and lunches	21,666	21,939	22,153	21,960	21,856	21,577	21,4				
39	Repairs and services	27,175	28,313	28,587	29,087	28,615	28,751	28,52 56,57				
40	All other departments	52,682	55,432	55,600	55,797	53,673	54,796	50,5				
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,172,194	1,187,728	1,176,619	1,197,299	1,142,559	1,174,663	1,190, 59				

TABLEAU 20. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, révisées, 1990

		199	0				
August	September	October	November	December	Total	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	rotai		No
	thousa	inds of dollars	- milliors do do	llare			1/1/-
	triousa	inus or dollars	- miliers de do	mars			
11,873	12,618	11,599	11,924	12,307	155,386	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
16,255 83,841	16,397 83,081	16,366 85,061	16,314 82,765	17,517 86,619	202,544 1,008,674	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles	2 3
49,640	49,827	48,794	48,806	48,914	579,066	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles	4 5
						de chambres d'enfants	
19,039	18,995	18,556	17,868	18,658	223,663	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
21,793	22,089	21,823	21,714	22,881	263,017	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
17,776   1,983	18,495	18,700	17,815 1,725	19,199	211,611 22,702	Sous-vêtements Chapeaux	8 9
13,884	14,628	15,130	14,630	15,058	174,068	Bas pour dames et fillettes	10
19,254	19,228	19,091	18,569	20,098	230,343	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
29,358	29,254	29,658	29,266	32,579	355,291	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
22,713	23,009	22,870	22,620	23,943	286,014	Vêtements pour hommes	13
79,982	81,352	81,640	79,314	83,644	970,108	Articles d'habillement pour hommes	14
21,269	21,420	21,416	20,821	20,886	250,248	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,371	15,848	16,375	16,626	18,217	196,984	Chaussures pour hommes et garçons	16
30,443	33,227	32,154	31,461	31,910	372,964	Produits alimentaires et connexes	17
79,593   11,575	81,565 11,102	82,480 11,306	77,560 11,080	78,997 11,268	960,269 135,176	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques	19
2,806	2,870	2,717	2,780	3,323	35,425	Tissus à la pièce	20
44,997	46,432	47,765	44,617	48,885	563,381	Literie et linge de maison	21
10,490	10,213	10,672	10,223	10,257	124,661	Menus articles	22
19,411	18,584	18,912	18,347	18,428	225,606	Porcelaine et verrerie	23
13,208	13,233	13,473	13,132	15,850	161,623	Revêtements de plancher	24 25
14,558	14,469	14,081	13,938	14,536	179,065	Tentures, rideaux et housses	25
10,324	10,256	10,309	11,501	10,109	129,199	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
56,055	56,339	54,436	54.270	67,510	678,622	Meubles	27
52,664	50,579	46,343	49,229	51,671		Gros appareils ménagers	28
51,132	55,690	56,516	52,595	62,301	675,414	Téléviseurs, radios et musique	29
42,869	43,516	44,013	43,682	42,884	526,072	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
36,475	35,631	34,790	34,297	35,211	428,835	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
11,849	11,040	10,766	10,473	10,452	132,816	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
25,824	25,813	25,685	24,932	24,648	310,535	Bijouterie	33
35,129 45,636	36,076 44,813	35,398 44,103	33,589 41,086	34,004 42,951	409,655 527,116	Jouets et jeux Articles de sport et valises	35
36,699	35,828	35,404	33,935	35,189	421,815	Papeterie, livres et revues	36 37
12,965	15,645	13,899	14,351	14,859	162,509	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	
21,367	20,735	21,388	21,058	21,475	258,591	Repas et casse-croûtes	38
28,501	29,378	28,969	27,802	29,295	342,997	Services et travaux de réparation	39
57,581	61,845	63,175	62,837	62,663	692,654	Tous autres rayons	40
1,179,319	1,190,823	1,179,762	1,150,924	1,230,675	14,173,155	TOTAL, TOUS RAYONS	41



# Appendix I

### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

# Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales- stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951- 9656.

#### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

#### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont asées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

# Appendix II

### List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### **Junior Department Store Organizations**

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgameted with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal. Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

### **TEXT TABLE I.** TABLEAU EXPLICATIF I.

# Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - March Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Mars

	Respons Taux de r		Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		83.3	50.5

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations

Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

### **TEXT TABLE II.** TABLEAU EXPLICATIF II.

# Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	19	90	1991		
	Total number of of shopping Saturdays days		Total number of shopping days	Number of Saturdays	
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	
January - Janvier	26	4	26	4	
February - Février	24	4	24	4	
March - Mars	27	5	26	5	
April - Avril	24	4	26	4	
May - Mai	26	4	26	4	
June - Juin	26	5	26	5	
July - Juillet	25	4	26	4	
August - Août	27	4	26	5	
September - Septembre	24	5	24	4	
October - Octobre	26	4	26	4	
November - Novembre	26	4	26	5	
December - Décembre	25	5	25	4	

# SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

# The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

# CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques.A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.



# ORDER FORM

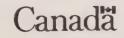
# Statistics Canada Publications

AIL TO: ublication Sales	FAX TO: (613) 951-1584	l	HOD OF PA					
tatistics Canada	This fax will be treated as an original order Please do not		Purchase Orde	r Number	(please e	enclose)		
ttawa, Ontario, K1A 0T6	send confirmation.		Payment enclo	sed			\$	
lease print)			Bill me later (m	ax. \$500)				
ompany		Char	ge to my:		MasterCa	ard	□ vi:	SA
epartment								
tention			Account Numb	er			1.1	
ddress			Expiry Date					
	Province	Signa	ature					
	Tel	Clien	t Reference Nu	ımber				
			1					
					al Subsci Book Pri			
Catalogue	Title		Required	Canada	United	Other	Qty	Total
Number			Issue	Cariada	States	Countries		\$
				\$	US\$	US\$		
					S	UBTOTAL		
anadian austamara add 79/ Coad	a and Consissa Tay							
anadian customers add 7% Good	s and Services Tax.				(	GST (7%)		
ease note that discounts are appli ght include special shipping and h	ed to the price of the publication and no	t to the	total amount v	vhich	GR	AND TOTA	AL.	
neque or money order should be rients from the United States and	made payable to the Receiver General for the countries pay total amount in US for the countries are considered.	or Cana unds di	ada/Publication awn on a US t	s. Canadia bank.	an clients	pay in Can	iadian fu	ınds.
								PF
r faster service	1-800-267-667	7			VISA and	MasterC: Accou		03681
						70000		1991-01

ersion française de ce bon de commande disponible sur demande



Statistics Statistique Canada Canada



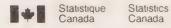


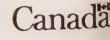
# **BON DE COMMANDE**

# Publications de Statistique Canada

		TÉLÉCOPIEZ À: (613) 951-1584	MOL	ALITÉS DE	PAIEMEN	NT			
POSTEZ A Vente des	publications	Le bon télécopié tient lieu de		Numéro d'ordre			r.p.)		
Statistique	Canada	commande originale. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.		Paiement inclus					\$
· ·	itario) K1A 0T6	pas envoyer de commission.		Envoyez-moi la		ıs tard (m	ax. 500 \$)		
,	d'imprimerie s.v.p.)			z à mon com				□ VI	SA
			Porte	z a mon com	pte:	IVIASIEIC	<u>a</u> ıu		
				Nº de compte	ـــا	4-4-4-			
				Date d'expiration	n L	1.1.1.1			
Adresse		Province	Signa	iture					
Code postal		Tél.	Nume	ero de référenc	e du client				
					Ahon	nement a	nnuel		
				Édition		de la pub			
Numéro au		Titre		Edition demandée	Canada	États-	Autres	Qté	Total \$
catalogue					\$	Unis \$ US	pays \$ US		
					4	\$ 00	\$ 00		
								-	
								-	-
								-	
							-		
							TOTAL		
Les clients c	anadiens ajoutent la	a taxe de 7 % sur les produits et services.				1	TPS (7 %)	)	
		s s'appliquent au prix des publications et no t et de manutention particuliers et la TPS.	on au to	otal général; ce	dernier	тот	AL GÉNÉ	RAL	
		t être fait à l'ordre du Receveur général du er paient le montant total en dollars US tiré				ients cana	adiens paie	ent en d	ollars
Pour un se rapide, con	rvice plus nposez	1-800-267-667	77 7			Con	nptes VIS Master		PF 03681 1991-01

This order coupon is available in English upon request





# THE MARKET RESEARCH HANDBOOK

The fastest way to get off to a good start!

Market of the state of the stat Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The Market Research Handbook 1991 can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

# Looking for . . .

. . socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

. . revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The Market Research Handbook 1991 has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the Market Research Handbook 1991 close at hand for easy reference.

The Market Research Handbook 1991 (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# LE RECUEIL **CATISTIQUE DES** IDES DE MARCHÉ 1991

Pour partir du bon pied!

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir? Le Recueil

statistique des études de marché 1991 peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressources à l'élaboration de votre stratégie.

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises qui les servent. Il vous aide à définir

et situer vos marchés cibles.

### Vous cherchez...

. . des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines?

. . des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises?

Le Recueil contient tout cela... et plus encore :

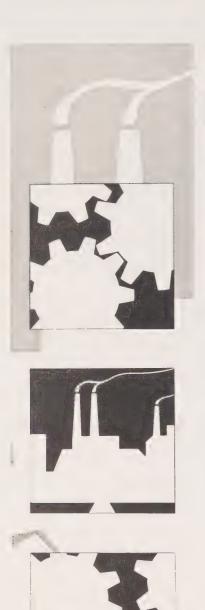
- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en

Le Recueil statistique des études de marché 1991 (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



# Get the Facts On Canadian Manufacturing

PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN
MANUFACTURERS is the most comprehensive listing of the values and quantities of over 4500 commodities shipped
by Canadian manufacturing firms.

The report provides a comparative analysis of all products manufactured in Canada for the years 1984, 1985, and 1986. It enables manufacturers, research consultants, trade and other organizations to evaluate their competitive position in the market place as well as to obtain an overview of the manufacturing sector.

Commodities listed range from hydraulic turbines to plastic drinking straws to pasta.

This is the last issue to use the Industrial Commodity Classification and includes provincial data for 1986.

Order your copy of **PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS**(Cat. No. 31-211), \$60 in Canada and
US \$72 in other countries, by writing to:

Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario K1A 0T6

or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre. For faster service, call toll-free and use your VISA or Master-Card. 1-800-267-6677

# Renseignez-vous sur les produits fabriqués au Canada

La publication intitulée PRODUITS
LIVRÉS PAR LES FABRICANTS
CANADIENS constitue la liste la plus exhaustive de la valeur et de la quantité de
plus de 4 500 produits expédiés par les
entreprises de fabrication canadiennes.

Le rapport fournit une analyse comparée de tous les produits fabriqués au Canada en 1984, 1985 et 1986. Il permet aux fabricants, aux experts-conseils en recherche et aux organismes commerciaux et autres d'évaluer leur place concurrentielle sur les marchés ainsi que d'obtenir un aperçu du secteur manufacturier.

Les produits énumérés vont des turbines hydrauliques aux pâtes alimentaires, en passant par les pailles en plastique.

Il s'agit du dernier numéro à se servir de la classification des produits industriels; il comprend des données provinciales pour 1986.

Pour commander votre exemplaire de PRODUITS LIVRÉS PAR LES FABRICANTS CANADIENS (n° 31-211 au catalogue), à raison de 60 \$ au Canada et de 72 \$ US dans les autres pays, veuillez écrire à :

Vente de publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Vous pouvez également communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. Pour un service plus rapide, composez sans frais le 1-800-267-6677 et servezvous de votre carte VISA ou MasterCard.



# Department store sales and stocks

April 1991



# Ventes et stocks des grands magasins

**Avril** 1991





### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

### **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by	
NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la	

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

**April** 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

**Avril** 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

September 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

Septembre 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 4

ISSN 0380-7045

Ottawa

# **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- G. Snyder, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

# Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### **NOTA**

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- G. Snyder, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

# **Table of Contents**

# Table des matières

		rage			Page
High	nlights	5	Poin	nts saillants	5
Tab	e		Tabl	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

# TABLE OF CONTENTS - Concluded

# TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page	•	Page
Арр	endix		Appendice	
I.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Text	Table		Tableau explicatif	
1.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
II.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	30

### **Highlights**

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales including concessions totalled \$1,071 million in April 1991, a decline of 1.7% from the previous month's revised total of \$1,089 million.
- The 1.7% decline in April further extended the fluctuating but generally declining sales observed since the beginning of 1991.
- Of the 40 major commodities lines 24 recorded lower sales in April. The sales decreases were most pronounced in the footwear, clothing and accessories lines. Notable increases were registered by the furniture and appliances categories.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$4,858 million at the end of April. The ratio of stocks to sales stood at 4.54.1 in April, an increase over the 4.43:1 ratio observed in March.

### Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour avril 1991, les ventes des grands magasins, incluant les concessions, ont totalisé \$1,071 millions, soit une baisse de 1.7%, par rapport à l'estimation révisée de mars (\$1,089 millions).
- Depuis le début de 1991, les ventes ont généralement fluctué tout en diminuant et ceci s'est poursuivi en avril, les ventes ayant diminué de 1.7% au cours de ce mois.
- En avril, 24 des 40 rayons ont enregistré des ventes à la baisse. Les diminutions les plus prononcées se retrouvent dans les rayons de chaussures, vêtements et d'articles d'habillements. Des hausses notables ont été observées dans les ventes de meubles et d'appareils ménagers.
- La valeur des stocks (valeur de vente) s'élevait à la fin d'avril 1991 à \$4,858 millions. Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.54:1 en avril, une hausse comparativement au rapport de 4.43:1 observé en mars.

### Note to Users

Percentage changes shown in these tables are not adjusted for the change in indirect taxes. Caution should be exercised in their use.

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

### Note aux utilisateurs

Les changements en pourcentage figurant dans ces tableaux ne sont pas ajustés en fonction du changement dans les taxes indirectes. Il faut les utiliser avec prudence.

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Ile-du-Prince-Edouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted	d - Non désaisc	onnalisées	
		199	90	199	91	Change Variation
	Department	March	April	March	April	April 1991/1990
		Mars	Avril	Mars	Avril	Avril 1991/1990
No.			thousands	of dollars		per cent
			milliers de	e dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	13,369	16,752	11,587	13,333	-20.4
2	aprons and uniforms Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	20,825 78,158	14,864 88,080	16,287 67,407	15,059 81,459	+ 1.3 -7.5
4 5	Furs Infants' and children's wear and nursery equipment	1,887 47,505	701 49,106	47,942	42,989	-12.5
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	17,737 16,341 17,143 1,301 14,175	19,107 17,160 16,553 1,369 13,819	16,242 14,918 16,484 899 13,290	13,903 13,932 15,550 921 12,708	-27.2 -18.8 -6.1 -32.7 -8.0
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,046	14,728	11,865	14,059	-4.5
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	27,086 21,252 61,604 18,989	30,934 20,198 66,707 20,997	22,371 17,195 55,087 16,750	27,586 18,340 56,704 16,423	-10.8 -9.2 -15.0 -21.8
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	14,501 29,959 71,042 8,625 3,034	14,709 39,425 65,431 8,513 2,981	12,646 36,762 64,352 7,753 2,299	14,634 20,959 62,449 8,325 2,676	-0.5 -46.8 -4.6 -2.2 -10.2
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	39,702 9,666 13,588 13,899 14,624	38,910 8,550 14,670 12,775 14,295	34,958 8,871 12,619 10,287 11,237	36,516 8,293 13,336 10,602 12,918	-6.2 -3.0 -9.1 -17.0 -9.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,095	8,917	7,867	8,778	-1.6
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	51,208 46,102 46,231 36,253	52,285 39,407 40,868 33,159	40,165 36,599 39,878 30,409	50,927 38,439 35,206 36,100	-2.6 -2.5 -13.9 + 8.9
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	29,069 10,423 18,258 20,075 36,776	36,087 11,022 19,598 23,688 46,652	23,781 6,839 15,939 22,289 30,088	35,319 8,263 16,865 18,914 43,985	-2.1 -25.0 -13.9 -20.2 -5.7
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	25,879 10,262	25,862 11,547	25,006 8,965	22,311 11,002	-13.7 -4.7
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	22,209 25,253 48,304	19,926 26,619 52,127	18,698 21,749 50,625	18,512 24,213 55,358	-7.1 -9.0 + 6.2
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,025,455	1,059,098	909,004	957,866	-9.6

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

		Change Variation		1991		
	Rayon	April/ March 1991	April <sup>p</sup>	March	February <sup>r</sup>	January
		Avril/ Mars 1991	Avril <sup>p</sup>	Mars <sup>r</sup>	Février <sup>r</sup>	Janvier <sup>r</sup>
_		per cent		dollars	thousands of	
		pourcentage			milliers de	
	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	-11.0	11,414	12,822	11,710	10,795
	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures	+ 0.7 -0.9	14,541 75,436	14,439 76,154	14,628 75,922	13,192 67,595
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	-10.7	43,899	49,158	46,412	41,069
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes	-10.4 -11.1 -9.1 -7.0 -7.1	15,208 18,614 15,768 1,363 12,895	16,968 20,931 17,339 1,465 13,874	16,555 20,585 21,112 1,465 14,063	16,083 20,267 14,617 1,609 13,316
	Gants, moufles et articles de parure pour dames	+1.3	17,478	17,258	16,717	18,235
	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	-1.5 -0.6 -3.4 -4.6	25,314 20,700 71,275 17,728	25,708 20,834 73,763 18,590	26,466 20,906 72,284 18,339	24,938 21,476 75,340 17,907
	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	+0.7 -35.9 -1.0 +2.9 +1.9	15,066 21,537 74,827 10,881 2,463	14,962 33,608 75,590 10,576 2,416	14,189 27,952 75,768 9,857 2,258	15,272 31,225 72,405 9,811 2,296
	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	-1.1 -1.4 -5.7 +0.1 +5.8	43,038 9,715 16,495 10,605 13,188	43,536 9,850 17,492 10,596 12,466	44,704 9,799 17,289 10,837 13,976	39,712 8,713 16,865 8,363
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	+3.4	10,253	9,919	10,346	9,640
	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	+8.3 +12.8 -2.9 +11.2	50,653 45,627 48,032 44,904	46,763 40,465 49,471 40,382	46,470 41,327 49,243 45,975	35,344 34,587 46,975 42,429
	Bijouterie Jouets et jeux	+4.4 +1.6 -4.0 -10.5	33,624 8,523 22,665 30,283	32,191 8,385 23,607 33,839	33,128 9,018 23,461 33,008	30,108 9,815 24,072 34,618
	Articles de sport et valises	+ 2.1	40,127	39,314	38,565	37,481
	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	-4.4 + 0.5	32,560 11,702	34,054 11,645	33,826 11,541	31,878 12,308
	Services et travaux de réparation	-0.2 -2.0	19,561 25,316	19,610 25,833	20,135 26,145	18,813 20,143
	Tous autres rayons TOTAL, TOUS RAYONS	-1.2 -1.7	59,738 <b>1,071,067</b>	60,434 <b>1,089,041</b>	61,505 <b>1,088,962</b>	56,459 <b>993,655</b>

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	1990-1991						
	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
No.			thouse	inds of dollars -	milliere de dol	lare	
	Major department stores		triousa	inos or oonars	Timilers de doi		
1 2 3	1990 March April January-April	584,878 567,713 2,058,380	x x x	x x x	11,218 10,795 38,200	x x x	105,429 102,036 361,037
4 5 6	1991 March April January-April	507,870 517,350 1,782,660	x x x	x x x	9,753 10,189 33,588	x x x	92,296 92,243 305,743
	Percentage change						
7 8	April 1991/1990 January-April 1991/1990	-8.9 -13.4	x x	×	-5.6 -12.1	××	-9.6 -15.3
	Junior department stores						
9 10 11	1990 March April January-April	440,577 491,385 1,582,203	x x x	x x x	21,277 23,696 75,601	x x x	87,582 100,433 317,714
12 13 14	1991 March April January-April	401,134 440,516 1,466,191	x x x	x x x	20,413 20,640 70,496	x x x	84,489 91,230 295,362
	Percentage change						
15 16	April 1991/1990 January-April 1991/1990	-10.4 -7.3	×	x x	-12.9 -6.8	×	-9.2 -7.0
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 March April January-April	1,025,455 1,059,098 3,640,583	13,864 15,200 46,924	6,165 7,115 23,491	32,495 34,491 113,801	21,589 22,379 74,726	193,011 202,469 678,752
20 21 22	1991 March April January-April	909,004 957,866 3,248,850	12,344 13,140 44,395	3,629 3,795 14,902	30,165 30,830 104,083	19,202 20,899 69,007	176,785 183,473 601,105
	Percentage change						
23 24	April 1991/1990 January-April 1991/1990	-9.6 -10.8	-13.6 -5.4	-46.7 -36.6	-10.6 -8.5	-6.6 -7.7	-9.4 -11.4

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Nº	Genre de grand magasin	British Columbia Colombie- Britannique	Alberta	Saskatchewan	Manitoba	Ontario
IN <sup>o</sup>			dollars	f dollars - milliers de	thousands of	
els	Grands magasins traditionnels			l donars Trimiers de	(11003&1103 0	1
1 2 3	1990 Mars	100,083	76,245	x	26,043	241,237
	Avril	97,443	72,444	x	25,883	235,075
	Janvier-avril	361,845	269,800	x	91,007	850,046
4	1991 Mars	94,632	69,404	x	22,228	198,052
5	Avril	95,878	70,343	x	22,904	204,689
6	Janvier-avril	334,604	246,219	x	78,744	708,051
	Variation procentuelle					
7 8	Avril 1991/1990	-1.6	-2.9	x	-11.5	-12.9
	Janvier-avril 1991/1990	-7.5	-8.7	x	-13.5	-16.7
	Grands magasins populaires					
9	1990 Mars	45,661	39,488	x	18,503	. 181,065
10	Avril	49,009	40,818	x	21,411	204,154
11	Janvier-avril	159,486	138,472	x	66,183	660,348
12	1991 Mars	40,190	35,906	x	16,095	163,554
13	Avril	44,833	39,489	x	18,627	182,299
14	Janvier-avril	149,556	130,352	x	60,053	613,466
	Variation procentuelle					
15	Avril 1991/1990		-3.3	x	-13.0	-10.7
16	Janvier-avril 1991/1990		-5.9	x	-9.3	-7.1
sins	Ensemble des grands magasins					
17	1990 Mars	145,743	115,733	30,007	44,546	422,302
18	Avril	146,451	113,261	31,208	47,294	439,229
19	Janvier-avril	521,329	408,271	105,707	157,190	1,510,394
20	1991 Mars	134,823	105,311	26,814	38,324	361,606
21	Avril	140,711	109,832	26,667	41,531	386,988
22	Janvier-avril	484,161	376,572	94,309	138,797	1,321,517
	Variation procentuelle					
23 24	Avril 1991/1990	-3.9	-3.0	-14.6	-12.2	-11.9
	Janvier-avril 1991/1990	-7.1	-7.8	-10.8	-11.7	-12.5

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
No.			thousands	of dollars - milliers	de dollars	
	Major department stores					
1	1990 March	32,073	34,254	x	21,675	67,798
2	April	30,144	32,777	x	21,272	66,189
3	January-April	113,508	121,021	x	76,138	235,652
4	1991 March	28,445	31,293	x	17,741	58,481
5	April	28,708	31,804	x	18,779	56,407
6	January-April	101,256	110,084	x	64,245	193,227
	Percentage change					
7	April 1991/1990	-4.8	-3.0	x	-11.7	-14.8
8	January-April 1991/1990	-10.8	-9.0	x	-15.6	-18.0
	Junior department stores					
9	1990 March	12,423	16,222	x	8,848	37,139
10	April	12,771	16,688	x	10,303	43,194
11	January-April	44,192	56,445	x	32,676	136,149
12	1991 March	10,762	14,456	x	8,057	35,451
13	April	12,010	16,200	x	9,157	38,020
14	January-April	39,329	53,056	x	30,178	123,393
	Percentage change					
15	April 1991/1990	-6.0	-2.9	x	-11.1	-12.0
16	January-April 1991/1990	-11.0	-6.0	x	-7.6	-9.4
	Total, all department stores					
17	1990 March	44,496	50,477	17,743	30,523	104,937
18	April	42,915	49,465	18,598	31,575	109,383
19	January-April	157,700	177,467	62,407	108,814	371,801
20	1991 March	39,207	45,750	15,592	25,798	93,932
21	April	40,718	48,005	15,630	27,936	94,427
22	January-April	140,585	163,141	54,148	94,422	316,619
	Percentage change					
23	April 1991/1990	-5.1	-3.0	-16.0	-11.5	-13.7
24	January-April 1991/1990	-10.9	-8.1	-13.2	-13.2	-14.8

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1990

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
	thousands of o	lollars - milliers de	dollars			- N
					Grands magasins traditionnels	
27,995	x	117,917	65,639	X	1990 Mars	1 2 3
26,811	x	115,151	63,774	X	Avril	
96,936	x	420,495	236,371	X	Janvier-avril	
25,247	x	95,598	59,258	x	1991 Mars	4
25,513	x	98,592	62,382	x	Avril	5
87,123	x	343,438	214,145	x	Janvier-avril	6
-4.8 -10.1	x x	-14.4 -18.3	-2.2 -9.4	x x	Variation procentuelle  Avril 1991/1990  Janvier-avril 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
19,682	x	50,555	16,228	x	1990 Mars	9
22,660	x	57,075	17,078	x	Avril	10
72,710	x	183,749	56,331	x	Janvier-avril	11
17,922	x	42,558	13,503	x	1991 Mars	12
20,760	x	49,249	15,049	x	Avril	13
67,707	x	164,783	50,608	x	Janvier-avril	14
		i			Variation procentuelle	
-8.4	x	-13.7	-11.9	×	Avril 1991/1990	15
-6.9	x	-10.3	-10.2		Janvier-avril 1991/1990	16
					Ensemble des grands magasins	
47,677	27,283	168,472	81,867	39,713	1990 Mars	17
49,471	27,603	172,225	80,852	41,847	Avril	18
169,645	93,215	604,242	292,702	141,289	Janvier-avril	19
43,169	24,476	138,156	72,761	34,141	1991 Mars	20
46,273	24,824	147,841	77,431	36,886	Avril	21
154,828	81,170	508,221	264,753	123,443	Janvier-avril	22
					Variation procentuelle	
-6.5	-10.1	-14.2	-4.2	-11.9	Avril 1991/1990	23 24
-8.7	-12.9	-15.9	-9.5	-12.6	Janvier-avril 1991/1990	

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991

No.	Type of department store		Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
					number -	nombre		
	Major	department stores						
1 2	1990	March April	323 323	2 2	1	10 10	5 5	52 52
3	1991	March April	332 333	3	1 1	10 11	5 5	55 55
	Junio	r department stores						
5	1990	March April	548 548	16 16	5 5	29 29	25 25	106 106
7 8	1991	March April	556 556	16 16	5 5	30 30	25 25	111 111
	Total,	all department stores						
9 10	1990	March April	871 871	18 18	6 6	39 39	30 30	158 158
11 12	1991	March April	888 889	19 19	6	40 41	30 30	166 166

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores				•	
1 2	1990 March April	15 14	21 22	6	12 12	29 29
3	1991 March April	14 14	22 22	6 6	14 14	30 30
	Junior department stores					
5 6	1990 March April	13 13	17 17	11 11	10 10	41 41
7 8	1991 March April	13 13	17 17	10 10	11 11	42 42
	Total, all department stores					
9 10	1990 March April	28 27	38 39	17 17	22 22	70 70
11 12	1991 March April	27 27	39 39	16 16	25 25	72 72

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie-	Genre de grand magasin	
				Britannique		Nº
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
128 128	13 13	13 13	48 48	51 51	1990 Mars Avril	1 2
132 132	13 13	12 12	49 49	52 52	1991 Mars Avril	3 4
					Grands magasins populaires	
220 220	23 23	22 22	45 45	57 . 57	1990 Mars Avril	5
220 220	23 23	22 22	46 46	58 58	1991 Mars Avril	7 8
					Ensemble des grands magasins	
348	36	35	93	108	1990 Mars	9
348 352	36 36	35	93 95	108	Avril 1991 Mars	111
352	36	34	95	110	Avril	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
13 13	7 7	52 52	27 27	12 12	1990 Mars Avril	1 2
15 15	7 7	54 55	27 29	12 12	1991 Mars Avril	3 4
					Grands magasins populaires	
22 22	13 13	58 . 58	17 17	17 17	1990 Mars Avril	5 6
21 21	13 13	59 59	17 17	17 17	1991 Mars Avril	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	20 20	110 110	44 44	29 29	1990 Mars Avril	9
36 36	20 20	113 114	44 46	29 29	1991 Mars Avril	11 12



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
Period	Total		Major		Junior		
Période			Traditionnels		Populaires		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7	
1990							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3 56.4	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.4 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7 43.6	
1991							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	676,302 705,678 909,004 957,866	100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350	55.5 54.1 55.9 54.0	300,688 323,853 401,134 440,516	44.5 45.9 44.1 46.0	

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-April - Janvier-avril

	Department	Sales -		
	Department	1000	1001	1991/1990
	Rayon	1990	1991	Variatior 1991/1990
No.				
			s of dollars de dollars	per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	44,090	36,815	-16.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	57,589	48,493	-15.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	265,256	234,742	-11.5
4 5	Furs - Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour	6,768		
6	bébés et enfants et articles de chambres d'enfants Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	162,006 55,896	154,325 46,127	-4.7 -17.5
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	59,716	53,133	-11.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements Millinery - Chapeaux	59,241 4,996	58,954 3,953	-0.5 -20.9
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	49,574	46,822	-5.6
	et articles de parure pour dames et fillettes	49,385	44,800	-9.3
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	88,996	77,271	-13.2
13 14	Men's clothing - Vêtements pour hommes  Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	70,701 213,043	58,211 189,386	-17.7 -11.1
15	Boys' clothing and furnishings — Vêtements et articles d'habillement pour garçons	60,731 49,005	51,144 43,963	-15.8 -10.3
16 17	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	110,018	100,385	-8.8
18 19	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	254,370 31,975	235,458 29,106	-7.4 -9.0
20	Piece goods - Tissus à la pièce	10,731	8,389	-21.8
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison  Smallwares and notions - Menus articles	155,622 36,603	139,103 33,521	-10.6 -8.4
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	51,381	47,252	-8.0
24	Floor coverings – Revêtements de plancher	46,634	35,307	-24.3
25 26	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes,	51,414	42,450	-17.4
27	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles	33,666	31,050	-7.8 -20.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	195,521 164,662	155,634 132,691	-19.4
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	167,570	144,764	-13.6
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	135,433	131,596	-2.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	106,118	95,729	-9.8
32	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	36,687	27,486	-25.1
33	Jewellery - Bijouterie	65,301	57,386	-12.1
34 35	Toys and games - Jouets et jeux Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	71,406 131,147	69,872	-2.1
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	100,106	115,826 92,589	-11.7 -7.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			-8.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	39,836 78,619	36,386 69,919	-8. <i>i</i> -11.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	93,575	80,707	-13.8
40	All other departments – Tous autres rayons	175,191	188,107	+7.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	3,640,583	3,248,850	-10.8

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

			Unadjusted - Non désaisonnalisés						
	Department		90	199	91	Change -	Change - Variation		
	Department Rayon	March	April	March	April	April/ Mars 1991	Apri 1991/1990		
No.		Mars	Avril	Mars	Avril	Avril/ mars 1991	Avri 1991/1990		
		thou	sands of dolla	rs - milliers d	e dollars	per cent - I	pourcentage		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers								
2	et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et	68,371	74,550	61,884	67,955	+9.8	-8.8		
3	tailleurs pour dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear – Vêtements sports	53,125	44,846	53,092	42,397	-20.1	-5.5		
4	pour dames et jeunes filles Furs – Fourrures	342,679	365,091	360,248	393,254	+9.2	+7.7		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment -	10,546	10,026						
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	176,367	178,042	193,266	202,228	+ 4.6	+ 13.6		
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	74,847	73,418	72,884	72,713	0.0	4.0		
7	Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements de nuit pour dames					-0.2	-1.0		
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	74,793 83,162	81,236 86,378	73,097 93,236	77,682 100,415	+ 6.3 + 7.7	-4.4 + 16.3		
9	Millinery - Chapeaux   Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	5,162   63,283	4,754 63,326	5,313 67,790	5,576 69,552	+5.0 +2.6	+ 17.3 + 9.8		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants,						. 0.0		
12	moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear - Chaussures	74,511	77,658	77,763	86,427	+11.1	+ 11.3		
13	pour dames, jeunes filles et enfants  Men's clothing - Vêtements pour hommes	139,464 122,953	139,052 127,714	139,746 124,111	144,087 124,488	+3.1	+3.6		
14 15	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles	302,649	329,544	288,574	313,226	+ 8.5	-5.0		
	d'habillement pour garçons	68,672	70,113	57,499	57,317	-0.3	-18.3		
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	82,135	86,720	79,724	84,320	+5.8	-2.8		
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	63,040	45,170	54,252	51,028	-5.9	+ 13.0		
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments								
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et	300,751	303,193	321,904	347,720	+8.0	+ 14.7		
20	fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	51,699 20,864	50,138   20,629	48,114 17,629	49,552 19,170	+ 3.0 + 8.7	-1.2 -7.1		
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	237,047	241,030	249,829	263,815	+ 5.6	+9.5		
22	Smallwares and notions - Menus articles China and glassware - Porcelaine et verrerie	57,757 118,340	59,804 123,191	56,234 121,715	56,548 129,422	+0.6	-5.4 +5.1		
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures,	69,702	71,374	67,514	68,529	+ 1.5	-4.0		
	rideaux et housses	85,000	86,031	75,240	78,368	+ 4.2	-8.9		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles								
27	d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles	75,006 201,659	78,364 208,337	58,802 207,120	65,221 219,955	+ 10.9 + 6.2	-16.8 +5.6		
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	108,320	107,397	101,744	103,759	+2.0	-3.4		
29 30	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances - Articles	229,131	238,690	259,582	269,633	+ 3.9	+ 13.0		
31	de ménage et petits appareils électriques  Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture,	217,608	227,203	213,800	225,705	+ 5.6	-0.7		
32	papier-tenture, etc.  Plumbing, heating and building materials – Matériel de	174,622	179,454	181,492	200,127	+ 10.3	+ 11.5		
	plomberie, chauffage et construction	72,860	76,036	51,494	52,051	+ 1.1	-31.5		
33	Jewellery - Bijouterie   Toys and games - Jouets et jeux	169,847 159,823	173,408 161,600	176,365 149,802	181,108 159,725	+ 2.7 + 6.6	+ 4.4		
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	250,235	275,408	258,702	283,403	+ 9.5	+2.9		
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	146,970	149,614	150,242	158,291	+5.4	+5.8		
	supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	67,183	69,415	66,257	65,089	-1.8	-6.2		
38 39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparations	5,438	9 113	68 4,678	65 434	-4.4			
40	All other departments – Tous autres rayons	135,612	135,819	137,191	129,053	-5.9	-5.0		
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,761,241	4,893,895	4,777,997	5,019,408	+ 5.1	+ 2.6		

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991

		Stock-sales/Stocks-ventes					
	Department	1990		1991			
	Department.	March	April	March	April		
No.		Mars	Avril	Mars	Avril		
140.							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.11	4.45	5.34	5.10		
2	Women's and misses' coats and suits	2.55	3.02	3.26	2.82		
3	Women's and misses' sportswear	4.38	4.14	5.34	4.83		
4	Furs	5.59	14.30	***	***		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.71	3.63	4.03	4.70		
6	Girls' and teenage girls' wear	4.22	3.84	4.49	5.23		
7	Lingerie and women's sleepwear	4.58	4.73	4.90	5.58		
8	Intimate apparel	4.85	5.22	5.66	6.46		
9	Millinery	3.97	3.47	5.91	6.05		
10	Women's and girls' hosiery	4.46	4.58	5.10	5.47		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.30	5.27	6.55	6.15		
12	Women's, misses' and children's footwear	5.15	4.50	6.25	5.22		
13	Men's clothing	5.79	6.32	7.22	6.79		
14	Men's furnishings	4.91	4.94	5.24	5.52		
15	Boys' clothing and furnishings	3.62	3.34	3.43	3.49		
16	Men's and boys' footwear	5.66	5.90	6.30	5.76		
17	Food and kindred products	2.10	1.15	1.48	2.43		
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.23	4.63	5.00	5.57		
19	Photographic equipment and supplies	5.99	5.89	6.21	5.95		
20	Piece goods	6.88	6.92	7.67	7.16		
21	Linens and domestics	5.97	6.19	7.15	7.22		
22	Smallwares and notions	5.98	6.99	6.34	6.82		
23	China and glassware	8.71	8.40	9.65	9.70		
24	Floor coverings	5.01	5.59	6.56	6.46		
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.81	6.02	6.70	6.07		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.25	8.79	7.47	7.43		
27	Furniture	3.94	3.98	5.16	4.32		
28	Major appliances	2.35	2.73	2.78	2.70		
29	Television, radio and music	4.96	5.84	6.51	7.66		
30	Housewares and small electrical appliances	6.00	6.85	7.03	6.25		
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.01	4.97	7.63	5.67		
32	Plumbing, heating and building materials	6.99	6.90	7.53	6.30		
33	Jewellery	9.30	8.85	11.07	10.74		
34	Toys and games	7.96	6.82	6.72	8.44		
35	Sporting goods and luggage	6.80	5.90	8.60	6.44		
36	Stationery, books and magazines	5.68	5.78	6.01	7.09		
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	6.55	6.01	7.39	5.92		
38	Meals and lunches						
39	Repairs and services	0.22		0.22	0.02		
40	All other departments	2.81	2.61	2.71	2.33		

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

		1991		1990
Rayon	April	March	April	March
	Avril	Mars	Avril	Mars
Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et	0.21	0.20	0.23	0.21
jeunes filles				
Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	0.32	0.30	0.30	0.38
l'étements sports pour dames et jeunes filles	0.22	0.21	0.25	0.25 0.16
ourrures l'étements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	0.22	0.26	0.28	0.28
/êtements de fillettes et d'adolescentes	0.19	0.23	0.26	0.25
ingerie et vêtements de nuit pour dames	0.18	0.21	0.22	0.23
Sous-vêtements	0.16	0.18	0.20	0.21
Chapeaux	0.17	0.18	0.28	0.28
Bas pour dames et fillettes	0.19	0.20	0.22	0.23
Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	0.17	0.16	0.19	0.20
Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	0.19	0.17	0.22	0.21
/êtements pour hommes	0.15	0.15	0.16	0.18
Articles d'habillement pour hommes l'êtements et articles d'habillement pour garçons	0.19	0.20 0.31	0.21 0.30	0.22
Chaussures pour hommes et garçons	0.18	0.17	0.17	0.19
Produits alimentaires et connexes	0.40	0.62	0.73	0.55
Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	0.19	0.20	0.22	0.24
Appareils et fournitures photographiques	0.17	0.16	0.17	0.17
issus à la pièce	0.15	0.14	0.14	0.15
iterie et linge de maison	0.14	0.14	0.16	0.17
Menus articles Porcelaine et verrerie	0.15	0.17 0.11	0.15 0.12	0.17
Revêtements de plancher	0.16	0.16	0.12	0.12
entures, rideaux et housses	0.17	0.15	0.17	0.17
ampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	0.14	0.14	0.12	0.12
Meubles	0.24	0.20	0.26	0.27
Gros appareils ménagers	0.37	0.37	0.37	0.43
éléviseurs, radios et musique urticles de ménage et petits appareils électriques	0.13	0.16 0.15	0.17 0.15	0.21 0.17
Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	0.19	0.14	0.20	0.17
Matériel de plomberie, chauffage et construction	0.16	0.13	0.15	0.14
lijouterie	0.09	0.09	0.11	0.11
ouets et jeux vrticles de sport et valises	0.12	0.15 0.13	0.15 0.18	0.13
titiolog de aport et vallaca	0.10	0.13	0.16	0.10
apeterie, livres et revues	0.14	0.17	0.17	0.18
issence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	0.17	0.13	0.17	0.15
Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation	***		•••	***
ous autres rayons	0.42	0.45	0.38	0.39

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988  January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 - 0.1 + 1.3 + 1.1 - 0.9 + 0.4 - 0.7 + 0.5 + 0.3 - 0.2
December - Décembre 1989	4,165,451	+ 4.0	4,557,756	-0.2
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+3.9 +2.0 -0.5 +3.7 +3.5 +2.2 +3.5 +3.4 +5.7 +7.8 +5.3 +3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+1.1 +1.2 -3.7 +4.4 +0.2 -0.6 +1.2 -1.2 +2.1 +2.0 -1.6 -0.7
1990				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 +1.9 -2.0 +1.9 -0.6 +0.7 +1.1 +1.8 +0.7 -0.2 +0.5
1991				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408	-3.6 -1.7 +0.4 +2.6	4,556,526r 4,752,268r 4,823,865r 4,858,036p	-7.6r + 4.3r + 1.5r + 0.7p

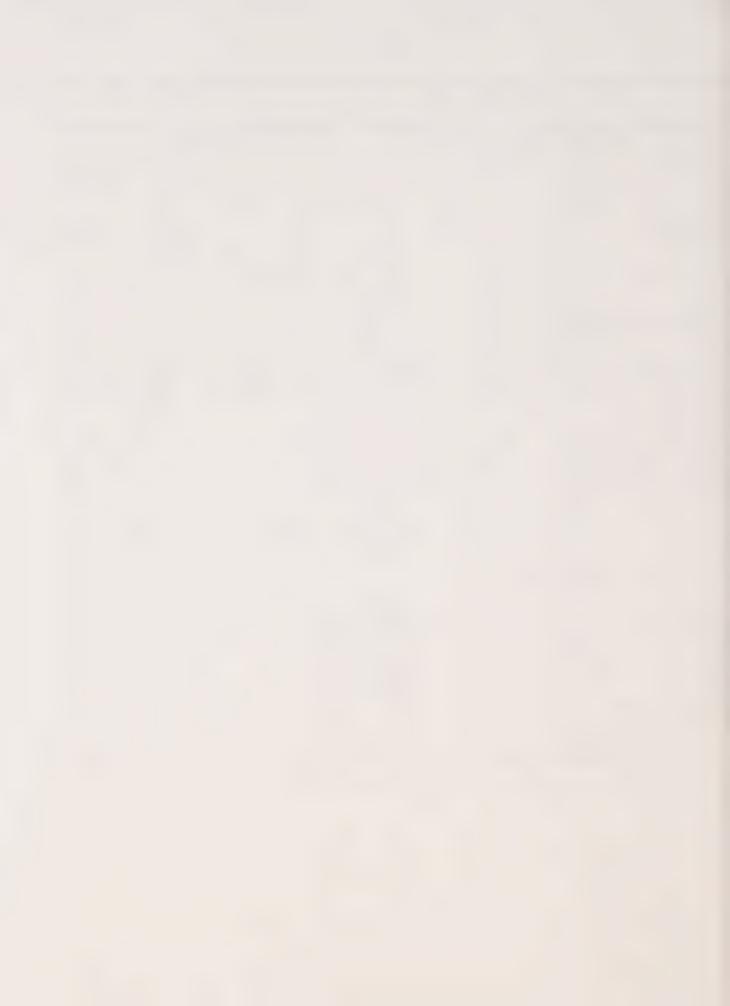
TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, <sup>1</sup> Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668	-12.5 -1.0 +1.2 +6.8	-8.5 -7.6 -4.0 +2.3
	millions of d	ollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,967.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668r 2,720r 2,831r 3,003p	-5.3r + 2.0r + 4.1r + 6.1p	-7.9r -7.6r -3.2r +2.6p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



### Appendix I

### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

### Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales- stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951- 9656.

### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif l.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont asées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

### Appendix II

### List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### **Junior Department Store Organizations**

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgameted with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

### Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

## TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - April Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Avril

	Respon: Taux de	Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>	
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		83.3	95.4

- The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
- Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

  The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
- La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.
- The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.
- Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.
- The organizational units are the department store companies.
- Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

## TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,							
	1990		1991				
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays			
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis			
January - Janvier	26	4	26	4			
February - Février	24	4	24	4			
March - Mars	27	5	26	5			
April - Avril	24	4	26	4			
May - Mai	26	4	26	4			
June - Juin	26	5	26	5			
July - Juillet	25	4	26	4			
August - Août	27	4	26	5			
September - Septembre	24	5	24	4			
October - Octobre	26	4	26	4			
November - Novembre	26	4	26	5			
December - Décembre	25	5	25	4			

### SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

### CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section d commerce de détail, Division de l'industrie, Statistiqu Canada.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 3 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rappor provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques.A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes er s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

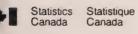
## **^**

### ORDER FORM

### Statistics Canada Publications

AIL TO: ublication Sales atistics Canada	FAX TO: (613) 951-1584  This fax will be treated as an original order. Please do not		HOD OF PA		(please (	enclose)		
Ottawa, Ontario, K1A 0T6 send confirmation.			Payment enclosed \$					
ease print)			Bill me later (n	nax. \$500)				
mpany		1	ge to my:		MasterCa	ard	□ VI	2.0
partment			ge 10y.		14163(610)	210		3A
ention			Account Numb	er				
dress			Expiry Date					
	Province	Signa	ature					
stal Code	Tel	Clien	t Reference Nu	umber				
ataloque	Title		Paguirad		al Subsc Book Pr		0.	
lumber	riue		Required Issue	Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$	Qty	Total \$
					S	UBTOTAL		
dian customers add 7% Good	ds and Services Tax.				G	SST (7%)		
	lied to the price of the publication and no handling charges and the GST.	t to the	total amount w	hich	GR	AND TOTA	L	
	made payable to the Receiver General for other countries pay total amount in US for				n clients	pay in Can	adian fu	inds.
faster service	1-800-267-667	7 7	r	\	/ISA and	MasterCa Accour		PF 03681 1991-01

rsion française de ce bon de commande disponible sur demande



## ~~

### **BON DE COMMANDE**

### Publications de Statistique Canada

			_						
POSTEZ À	: publications	TÉLÉCOPIEZ À: (613) 951-1584	MOI	DALITÉS DE	PAIEME	NT			
Statistique		Le bon télécopié tient lieu de commande originale. Veuillez ne		Numéro d'ordr	e d'achat	(inclure s.	.v.p.)		
Ottawa (O	ntario) K1A 0T6	pas envoyer de confirmation.		Paiement inclu	IS				
(En caractères	s d'imprimerie s.v.p.)			Envoyez-moi la	a facture p	lus tard (n	nax. 500 \$	)	
Entreprise _			Port	ez à mon com	npte :	Master	Card	□ vis	SA
				No de consta					
			1	Nº de compte			444	111	
Adresse				Date d'expiration	on L		ل ا		
		Province		ature					
Code postal		Tél	Num	éro de référenc	e du client				
Numéro au catalogue		Titre		Édition demandée		Etats- Unis \$ US		Qté	Total
							•		
				,					
							TOTAL		
Les clients car	adiens ajoutont la t	axe de 7 % sur les produits et services.							
Les cherns car	adiens ajoutent la li	axe de 7 % sur les produits et services.				T	PS (7 %)		
Veuillez noter pouvant inclure	que les réductions s e des frais de port e	'appliquent au prix des publications et non t de manutention particuliers et la TPS.	au tota	al général; ce d	lemier	TOTA	L GÉNÉP	RAL	
Le chèque ou canadiens; les	mandat-poste doit ê clients à l'étranger	tre fait à l'ordre du Receveur général du ( paient le montant total en dollars US tirés	anada sur une	- Publication	is. Les clie	ents canad	diens paier	nt en doll	ars

1-800-267-6677

This order coupon is available in English upon request



Pour un service plus rapide, composez

Canad

Comptes VISA et MasterCard PF

03681 1991-01



### Get the Facts On Canadian Manufacturing

PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS is the most comprehensive listing of the values and quantities of over 4500 commodities shipped by Canadian manufacturing firms.

The report provides a comparative analysis of all products manufactured in Canada for the years 1984, 1985, and 1986. It enables manufacturers, research consultants, trade and other organizations to evaluate their competitive position in the market place as well as to obtain an overview of the manufacturing sector.

Commodities listed range from hydraulic turbines to plastic drinking straws to pasta.

This is the last issue to use the Industrial Commodity Classification and includes provincial data for 1986.

Order your copy of **PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS**(Cat. No. 31-211), \$60 in Canada and US \$72 in other countries, by writing to:

Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario K1A 0T6

or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre. For faster service, call toll-free and use your VISA or Master-Card. 1-800-267-6677

### Renseignez-vous sur les produits fabriqués au Canada

La publication intitulée PRODUITS
LIVRÉS PAR LES FABRICANTS
CANADIENS constitue la liste la plus ex-

CANADIENS constitue la liste la plus exhaustive de la valeur et de la quantité de plus de 4 500 produits expédiés par les entreprises de fabrication canadiennes.

Le rapport fournit une analyse comparée de tous les produits fabriqués au Canada en 1984, 1985 et 1986. Il permet aux fabricants, aux experts-conseils en recherche et aux organismes commerciaux et autres d'évaluer leur place concurrentielle sur les marchés ainsi que d'obtenir un aperçu du secteur manufacturier.

Les produits énumérés vont des turbines hydrauliques aux pâtes alimentaires, en passant par les pailles en plastique.

Il s'agit du dernier numéro à se servir de la classification des produits industriels; il comprend des données provinciales pour 1986.

Pour commander votre exemplaire de PRODUITS LIVRÉS PAR LES FABRICANTS CANADIENS (n° 31-211 au catalogue), à raison de 60 \$ au Canada et de 72 \$ US dans les autres pays, veuillez écrire à :

Vente de publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Vous pouvez également communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. Pour un service plus rapide, composez sans frais le 1-800-267-6677 et servezvous de votre carte VISA ou MasterCard.

## THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1991

The fastest way to get off to a good start!

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The Market Research Handbook 1991 can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

### Looking for...

...socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

...revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The Market Research Handbook 1991 has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1991** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook 1991** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

## LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHÉ 1991

Pour partir du bon pied!

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir? Le **Recueil** 

statistique des études
de marché 1991 peut
vous faciliter les choix
avant que vous n'engagie
plus de temps et de resson

à l'élaboration de votre stra

Ce recueil statistique est le plu exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises

qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

### Vous cherchez...

Market on marks

...des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

...des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le Recueil contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vor renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer

Le **Recueil statistique des études de marché 1991** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Uni et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.



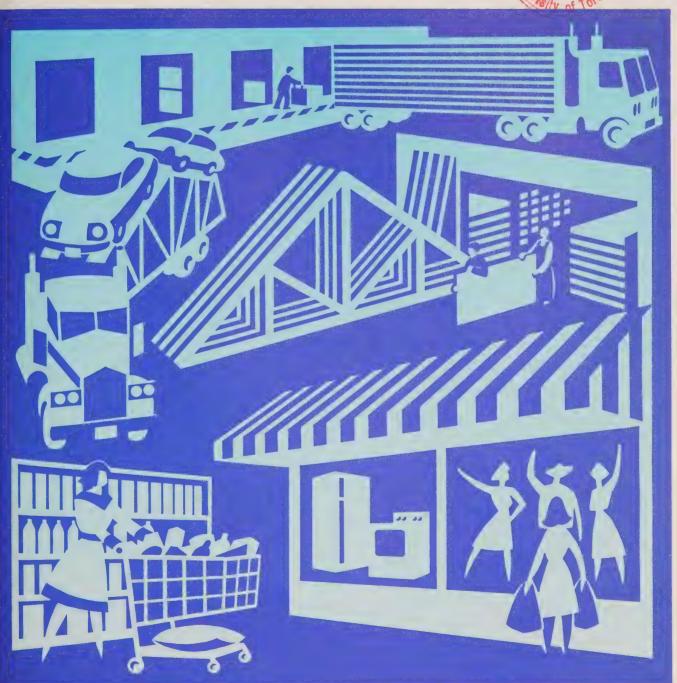
# Department store sales and stocks

May 1991

## Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1991





### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

#### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by	
NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Quest	

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

(territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

May 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

## Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

October 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Octobre 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

### **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

### Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

### **Table of Contents**

### Table des matières

		Page			Page
ligh	lights	5	Poin	ts saillants	5
abl	e		Tabl	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

### TABLE OF CONTENTS - Concluded

### TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Pag
Арр	endix		Appendice	
I.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	2
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	2
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	2
Text	Table		Tableau explicatif	
I.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
li.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	30

### **Highlights**

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,089 million in May 1991, a gain of 1.5% over the previous month's revised total of \$1,073 million.
- The 1.5% increase in May followed a decrease of 1.6% in April. However, during the first five month of 1991, sales of department stores have exhibited little strength and the level for May is virtually unchanged from March 1991.
- The increase was broadly based with 27 of the 40 major commodity lines recording higher sales. Increases were most pronounced in the footwear, clothing and accessories lines. Notable declines were registered by the furniture, appliances and home furnishings categories.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$4,980 million at the end of May. The ratio of stocks to sales stood at 4.57:1 in May, little changed from 4.55:1 in April.

### Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour mai 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,089 millions, soit une hausse de 1.5%, par rapport à l'estimation révisée d'avril (\$1,073 millions).
- La hausse de 1.5% en mai fait suite à une baisse de 1.6% en avril. Toutefois, au cours des cinq premiers mois de 1991, les ventes des grands magasins ont démontré peu d'intensité et le niveau de mai est demeuré pratiquement inchangé par rapport à mars 1991.
- En mai, 24 des 40 rayons ont enregistré des ventes à la hausse. Les augmentations les plus prononcées se retrouvent dans les rayons de chaussures, vêtements et d'articles d'habillements. Des baisses notables ont été observées dans les ventes de meubles, d'appareils ménagers et articles d'ameublements de maisons.
- La valeur des stocks (valeur de vente) s'élevait à la fin de mai 1991 à \$4,980 millions. Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.57:1 en mai, légèrement au-dessus du rapport de 4.55:1 observé en avril.

### Note to Users

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted,<sup>1</sup> by Department Canada, 1990-1991

	Canada, 1990-1991					
			Unadjust	ed - Non désai	sonnalisées	
		15	1990		1991	
	Department	April	May	April	May	May 1991/1990
		Avril	Mai	i Avril	Mai	Ma 1991/1990
No.			Alana and	la of elellana		
				s of dollars de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,752	17,751	13,333	17,606	-0.8
2 3 4	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	14,864 88,080	10,119 100,176	81,459		-13.2 +4.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	701 49,106	367 44,541		46,558	+4.5
6 7 8 9 10	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	19,107 17,160 16,553 1,369 13,819	14,795 18,952 17,518 1,388 14,638	13,932 15,550 921	17,756 18,634 1,079	-2.1 -6.3 +6.4 -22.3 -5.8
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,728	17,691	14,059	16,444	-7.0
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	30,934 20,198 66,707 20,997	31,508 19,926 71,866 18,277		17,698 69,766	-2.1 -11.2 -2.9 +0.8
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	14,709 39,425 65,431 8,513 2,981	15,795 23,033 72,310 9,579 2,946	14,634 20,959 62,449 8,325 2,676	14,348 20,577 69,275	-9.2 -10.7 -4.2 -7.4 -14.9
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	38,910 8,550 14,670 12,775 14,295	42,657 8,731 18,109 13,236 16,703	36,516 8,293 13,336 10,602 12,918	40,478 8,287	-5.1 -5.1 -13.6 -20.3 -14.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,917	9,200	8,778	9,574	+4.1
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	52,285 39,407 40,868 33,159	57,517 40,803 40,468 37,424	50,927 38,439 35,206 36,100	51,321 40,323 35,384 34,955	-10.8 -1.2 -12.6 -6.6
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	36,087 11,022 19,598 23,688 46,652	47,601 12,080 24,006 21,149	35,319 8,263 16,865 18,914	49,135 10,114 20,868 20,401	+ 3.2 -16.3 -13.1 -3.5
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	25,862 11,547	53,050 25,189 13,014	43,985 22,311 11,002	53,147 25,552 11,395	+ 0.2 + 1.4 -12.4
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	19,926 26,619 52,127	20,792 31,020 66,517	18,512 24,213 55,358	19,145 28,198 70,698	-7.9 -9.1 +6.3
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,059,098	1,122,447	957,866	1,081,819	-3.6

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

		Change Variation		1991		
	Rayon	May/ April 1991	May <sup>p</sup>	ebruary <sup>r</sup> March <sup>r</sup> April <sup>r</sup> N		February
		Mai/ Avril 1991	Mai <sup>p</sup>	Avril	Mars <sup>r</sup>	Fffvrier <sup>r</sup>
		per cent		of dollars	thousands	
		pourcentage		dollars	milliers de	
	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	+10.7	12,796	11,562	12,844	11,795
filles es	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles	+ 2.9 + 8.7	15,164 82,948	14,743 76,332	14,531 76,849	14,740 76,446
5	Fourrures   Vêtements pour bébés et enfants et articles   de chambres d'enfants	+ 7.0	47,278	44,199	48,998	46,481
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux	+5.9 +4.4 +12.9 +8.4	15,865 19,424 17,878 1,478	14,983 18,604 15,833 1,363	16,931 20,879 17,336 1,466	16,548 20,548 21,105 1,465 14,069
ames	Bas pour dames et fillettes Gants, moufles et articles de parure pour dames	+4.9	13,570 17,352	12,934   17,459	13,891 17,242	16,705
nfants	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	+5.9 -1.2 +2.8 +6.2	27,145 20,549 74,269 18,803	25,629 20,789 72,216 17,713	25,883 20,863 74,042 18,694	26,784 20,936 72,493 18,402
	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	-4.0 +21.4 +0.9 -5.4 +0.9	14,325 25,944 75,464 10,345 2,509	14,927 21,371 74,816 10,935 2,487	14,897 33,519 75,574 10,549 2,431	14,191 27,911 75,764 9,845 2,265
	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	+2.1 +1.2 +0.3 -0.3 -1.4	43,975 9,869 16,481 10,604 12,992	43,050 9,753 16,426 10,636 13,178	43,563 9,877 17,434 10,612 12,465	44,746 9,816 17,251 10,837 13,971
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	+9.0	11,247	10,315	9,944	10,352
riques	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	-4.1 -5.4 +1.8 -9.0	48,982 42,908 48,823 40,546	51,057 45,380 47,952 44,533	46,765 40,587 49,402 40,418	46,484 41,430 49,166 45,429
iction	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie Jouets et jeux Articles de sport et valises	+1.6 +1.0 -0.1 +7.1 +4.7	34,745 8,598 22,557 32,517 42,558	34,200 8,516 22,581 30,353 40,643	32,635 8,388 23,544 33,795 39,683	33,483 9,017 23,421 32,975 38,814
	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,	-0.2 -4.2	32,442 11,292	32,509 11,791	33,902 11,698	33,763 11,557
	réparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation	+1.4 +1.3	19,887 25,694	19,613 25,369	19,651 25,872	20,165 26,169 61,228
	Tous autres rayons TOTAL, TOUS RAYONS	-3.0 + <b>1.5</b>	57,494 1,088,783	59,296 1,073,057	60,094 <b>1,090,245</b>	1,090,549

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

			Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	
No.	Type of department store	Canada	Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	Québec
INO.			thousa	nds of dollars -	milliers de dolla	ars	
	Major department stores				1		
1 2 3	1990 April May January-May	567,713 611,986 2,670,366	x x x	x x x	10,795 11,877 50,077	x x x	102,036 117,632 478,669
4 5 6	1991 April May January-May	517,350 584,850 2,367,510	x x x	x x x	10,189 11,725 45,313	x x x	92,243 113,991 419,734
	Percentage change						
7 8	May 1991/1990 January-May 1991/1990	-4.4 -11.3	×	×	-1.3 -9.5	×	-3.1 -12.3
	Junior department stores						
9 10 11	1990 April May January-May	491,385 510,461 2,092,664	x x x	× × ×	23,696 23,389 98,990	x x x	100,433 109,781 427,495
12 13 14	1991 April May January-May	440,516 496,969 1,963,160	X X X	x x x	20,640 22,772 93,268	x x x	91,230 107,764 403,126
	Percentage change						
15 16	May January-May 1991/1990	-2.6 -6.2	×	×	-2.6 -5.8	×	-1.8 -5.7
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 April May January-May	1,059,098 1,122,447 4,763,030	15,200 14,880 61,804	7,115 6,279 29,770	34,491 35,267 149,068	22,379 23,413 98,139	202,469 227,413 906,165
20 21 22	1991 April May January-May	957,866 1,081,819 4,330,669	13,140 13,956 58,351	3,795 4,260 19,162	30,830 34,497 138,580	20,899 22,910 91,917	183,473 221,755 822,860
	Percentage change						
23 24	May 1991/1990 January-May 1991/1990	-3.6 -9.1	-6.2 -5.6	-32.2 -35.6	-2.2 -7.0	-2.1 -6.3	-2.5 -9.2

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

C	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	Nº
		thousands o	f dollars - milliers de	e dollars			IN.
						Grands magasins traditionnels	
24	5,075 7,901 7,947	25,883 26,670 117,677	x x x	72,444 78,920 348,720	97,443 104,320 466,165	1990 Avril Mai Janvier-mai	1 2 3
23	4,689 4,001 2,052	22,904 24,795 103,539	× x x	70,343 75,329 321,548	95,878 101,740 436,344	1991 Avril Mai Janvier-mai	4 5 6
						Variation procentuelle	
	-5.6 -14.2	-7.0 -12.0	X X	-4.6 -7.8	-2.5 -6.4	Mai 1991/1990 Janvier-mai 1991/1990	7 8
						Grands magasins populaires	
20:	4,154 9,566 9,914	21,411 22,319 88,502	x x x	40,818 43,188 181,660	49,009 50,896 210,382	1990 Avril Mai Janvier-mai	9 10 11
21	2,299 0,663 4,129	18,627 20,617 80,670	x x x	39,489 41,339 171,691	44,833 46,874 196,430	1991 Avril Mai Janvier-mai	12 13 14
						Variation procentuelle	
	+0.5	-7.6 -8.8	x x	-4.3 -5.5	-7.9 -6.6	Mai 1991/1990 Janvier-mai 1991/1990	15 16
						Ensemble des grands magasins	
45	9,229 7,467 7,861	47,294 48,989 206,179	31,208 31,413 137,120	113,261 122,109 530,380	146,451 155,217 676,546	1990 Avril Mai Janvier-mai	17 18 19
44	6,988 4,665 6,182	41,531 45,412 184,209	26,667 29,082 123,391	109,832 116,668 493,240	140,711 148,614 632,775	1991 Avril Mai Janvier-mai	20 21 22
						Variation procentuelle	
	-2.8 -10.2	-7.3 -10.7	-7.4 -10.0	-4.5 -7.0	-4.3 -6.5	Mai 1991/1990 Janvier-mai 1991/1990	23 24

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
			thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1	1990 April	30,144	32,777	x	21,272	66,189
2	May	33,018	35,444	x	22,191	76,024
3	January-May	146,526	156,465	x	98,329	311,676
4	1991 April	28,708	31,804	x	18,779	56,407
5	May	30,472	34,022	x	21,364	71,060
6	January-May	131,728	144,106	x	85,609	264,287
	Percentage change					
7	May 1991/1990	-7.7	-4.0	x	-3.7	-6.5
8	January-May 1991/1990	-10.1	-7.9	x	-12.9	-15.2
	Junior department stores					
9	1990 April	12,771	16,688	x	10,303	43,194
10	May	13,539	17,855	x	10,173	47,625
11	January-May	57,731	74,300	x	42,849	183,774
12	1991 April	12,010	16,200	x	9,157	38,020
13	May	12,324	16,927	x	10,105	45,699
14	January-May	51,653	69,983	x	40,283	169,092
	Percentage change					
15	May 1991/1990	-9.0	-5.2	x	-0.7	-4.0
16	January-May 1991/1990	-10.5	-5.8	x	-6.0	-8.0
	Total, all department stores					
17	1990 April	42,915	49,465	18,598	31,575	109,383
18	May	46,556	53,299	19,314	32,364	123,650
19	January-May	204,256	230,766	81,721	141,178	495,451
20	1991 April	40,718	48,005	15,630	27,936	94,427
21	May	42,796	50,949	17,579	31,469	116,760
22	January-May	183,381	214,090	71,727	125,891	433,379
	Percentage change					
	May 1991/1990	-8.1	-4.4	-9.0	-2.8	-5.6
	January-May 1991/1990	-10.2	-7.2	-12.2	-10.8	-12.5

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No
	thousands of c	lollars - milliers de	dollars			
					Grands magasins traditionnels	
26,811	x	115,151	63,774	x	1990 Avril	1 2 3
29,741	x	120,748	67,669	x	Mai	
126,677	x	541,243	304,040	x	Janvier-mai	
25,513	x	98,592	62,382	x	1991 Avril	4
29,844	x	112,988	66,052	x	Mai	5
116,967	x	456,426	280,197	x	Janvier-mai	6
+0.3 -7.7	x x	-6.4 -15.7	-2.4 -7.8	. x	Variation procentuelle  Mai 1991/1990  Janvier-mai 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
22,660	x	57,075	17,078	x	1990 Avril	9
23,590	x	56,885	17,630	x	Mai	10
96,300	x	240,634	73,961	x	Janvier-mai	11
20,760	x	49,249	15,049	x	1991 Avril	12
23,142	x	57,383	15,434	x	Mai	13
90,849	x	222,166	66,042	x	Janvier-mai	14
					Variation procentuelle	
-1.9	x	+0.9	-12.5	x	Mai 1991/1990	15
-5.7	x		-10.7	x	Janvier-mai 1991/1990	16
					Ensemble des grands magasins	
49,471	27,603	172,225	80,852	41,847	1990 Avril	17
53,331	32,563	177,632	85,299	43,321	Mai	18
222,976	125,778	781,874	378,001	184,610	Janvier-mai	19
46,273	24,824	147,841	77,431	36,886	1991 Mars	20
52,986	30,712	170,370	81,485	40,172	Avril	21
207,814	111,882	678,591	346,238	163,615	Janvier-avril	22
					Variation procentuelle	
-0.6	-5.7	-4.1	-4.5	-7.3	Mai 1991/1990	23
-6.8	-11.0	-13.2	-8.4	-11.4	Janvier-mai 1991/1990	24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
				number -	nombre		
	Major department stores				1		
1 2	1990 April May	323 322	2 2	1	10 10	5 5	52 52
3 4	1991 April May	333 333	3 3	1 1	11 11	5 5	55 55
	Junior department stores						
5 6	1990 April May	548 548	16 16	5	29 29	25 25	106 106
7 8	1991 April May	556 555	16 16	5	30 30	25 25	111 110
	Total, all department stores						
9 10	1990 April May	871 870	18 18	6	39 39	30	158 158
11 12	1991 April May	889 888	19 19	6	41 41	30 30	166 165

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores					
1 2	1990 April May	14 14	22 22	6 6	12 12	29 29
3	1991 April May	14 14	22 22	6	14 14	30 30
	Junior department stores					
5 6	1990 April May	13 13	17 17	11	10 10	41
7 8	1991 April May	13 13	17 17	10 10	11 11	42 41
	Total, all department stores					
9 10	1990 April May	27 27	39 39	17 17	22 22	70 70
11 12	1991 April May	27 27	39 39	16 16	. 25	72 71

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	No
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
128	13	13	48	51	1990 Avril	1 2
127	13	13	48	51	Mai	
132	13	12	49	52	1991 Avril	3 4
132	13	12	49	52	Mai	
					Grands magasins populaires	
220	23	22	45	57	1990 Avril	5
220	23	22	45	57	Mai	
220	23	22	46	58	1991 Avril	7 8
220	23	22	46	58	Mai	
					Ensemble des grands magasins	
348	36	35	93	108	1990 Avril	9
347	36	35	93	108	Mai	
352	36	34	95	110	1991 Avril	11 12
352	36	34	95	110	Mai	

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
13 13	7 7	52 52	27 27	12 12	1990 Avril Mai	1 2
15 15	7 7	55 55	29 29	12 12	1991 Avril Mai	3 4
					Grands magasins populaires	
22	13 13	58 58	17 17	17 17	1990 Avril Mai	5
21 21	13 13	59 59	17 17	17 17	1991 Avril Mai	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	20 20	110 110	44 44	29 29	1990 Avril Mai	9
36 36	20 20	114 114	46 46	29 29	1991 Avril Mai	11 12

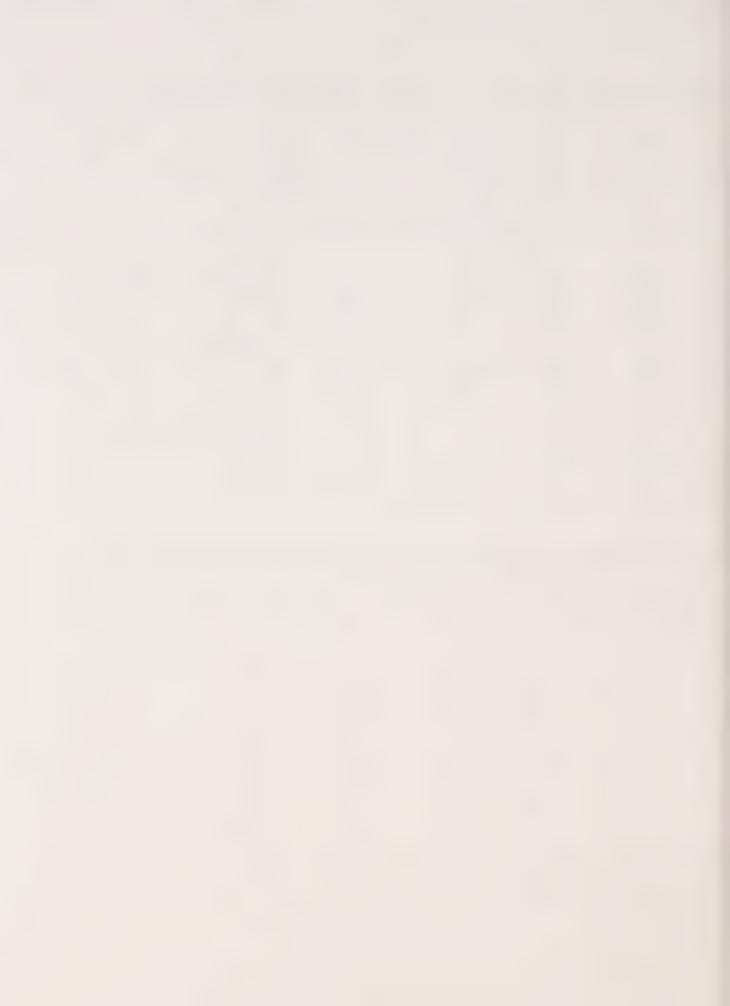


TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
Period Période	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7	
1990							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3 56.4	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.4 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7 43.6	
1991							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969	44.5 45.9 44.1 46.0 45.9	

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-May - Janvier-mai

			-	
	Department	Sales -	Change 1991/1990	
	Rayon	1990	1991	
No.		1330	1991	Variation 1991/1990
		thousands	thousands of dollars	
		milliers de dollars		per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms -			podrocinage
2	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour	61,841	54,421	-12.0
3	dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et	67,708	57,273	-15.4
4	jeunes filles	365,432	339,653	-7.1
5	Furs - Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour	7,135	•••	•••
	bebes et enfants et articles de chambres d'enfants	206,547	200 882	0.7
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	70,691	200,883	-2.7 -14.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	78,668	70,889	-9.9
8	Intimate apparel – Sous-vêtements	76,759	77,588	+ 1.1
10	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	6,384	5,032	-21.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	64,212	60,614	-5.6
	et articles de parure pour dames et fillettes	67,076	61,244	-8.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	0,,0,0	01,244	-0.7
13	jeunes filles et enfants Men's clothing – Vêtements pour hommes	120,504	108,105	-10.3
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	90,627 284,909	75,909	-16.2
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garages	79,008	259,152	-9.0
16	Men's and boys' tootwear - Chaussures pour hommes et garcons	64,800	69,562 58,311	-12.0 -10.0
17 18	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	133,051	120,962	-9.1
19	Toiletries, cosmetics and drugs – Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques	326,680	304,733	-6.7
20	Piece goods - Tissus a la piece	41,554 13,677	37,980	-8.6
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	198,279	10,897 179,581	-20.3 -9.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	45,334	41,808	-7.8
23 24	China and glassware – Porcelaine et verrerie	69,490	62,901	-9.5
25	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	59,870	45,856	-23.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes	68,117	56,744	-16.7
27	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles	42,866	40,624	-5.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	253,038	206,955	-18.2
		205,465	173,014	-15.8
29 30	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et	208,038	180,148	-13.4
31	petits appareils électriques  Hardware, paints, wallactor etc.	172,857	166,551	-3.6
32	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.  Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	153,719	144,864	-5.8
33	Jewellery – Bijouterie	48,767	37,600	-22.9
34	Toys and games - Jouets et ieux	89,307 92,555	78,254	-12.4
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	184,197	90,273 168,973	-2.5 -8.3
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence,	125,295	118,141	-5.7
38	nuile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	52,850	47,781	-9.6
39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparation	99,411	89,064	-10.4
40	All other departments – Tous autres rayons	124,595	108,905	-12.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	241,708	258,805	+7.1
	- 39 1011 0110	4,763,030	4,330,669	-9.1

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

			Una	adjusted - No	n désaisonnalis	sés	
		19	90	199	91	Change -	- Variation
	Department Rayon	April	May	April	May	May/ April 1991	May 1991/1990
No.		Avril	Mai	Avril	Mai	Mai/ avril 1991	Mai 1991/1990
	.,,	thou	usands of dolla	rs - milliers d	e dollars	per cent -	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers						
2	et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits - Manteaux et	74,550	63,833	67,955	61,524	-9.5	-3.6
3	tailleurs pour dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear – Vêtements sports	44,846	33,308	42,397	34,244	-19.2	+2.8
4	pour dames et jeunes filles Furs - Fourrures	365,091	351,813	393,254	355,309	-9.6	+ 1.0
5	Infants' and children's wear and nursery equipment -	10,026	9,529			***	• • •
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	178,042	171,072	202,228	186,420	-7.8	+9.0
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	70.410	60.046	70.740	05.400	40.0	-
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements	73,418	68,946	72,713	65,420	-10.0	-5.1
8	de nuit pour dames Intimate apparel - Sous-vêtements	81,236 86,378	79,433 84,873	77,682 100,415	74,863 103,865	-3.6 + 3.4	-5.8 + 22.4
9	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	4,754 63,326	4,389 62,271	5,576 69,552	5,172 69,486	-7.2 -0.1	+ 17.8 + 11.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants,	00,320	02,271	09,332	09,400	-0.1	711.0
12	moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear - Chaussures	77,658	69,407	86,427	79,553	-8.0	+ 14.6
13	pour dames, jeunes filles et enfants	139,052	127,910	144,087	135,763	-5.8	+6.1
14	Men's clothing - Vêtements pour hommes Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	127,714 329,544	118,308 340,256	124,488 313,226	117,295 331,592	-5.8 +5.9	-0.9 -2.5
15	Boys' clothing and furnishings – Vêtements et articles d'habillement pour garçons	70,113	69,768	57,317	53,595	-6.5	-23.2
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes						
17	et garçons Food and kindred products – Produits alimentaires	86,720	86,418	84,320	78,757	-6.6	-8.9
18	et·connexes Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette,	45,170	37,988	51,028	50,642	-0.8	+ 33.3
19	cosmétiques et médicaments  Photographic equipment and supplies - Appareils et	303,193	298,904	347,720	352,278	+ 1.3	+ 17.9
20	fournitures photographiques	50,138	53,199	49,552	50,120	+1.1	-5.8
21	Piece goods - Tissus à la pièce Linens and domestics - Literie et linge de maison	20,629 241,030	18,645 243,027	19,170   263,815	19,672 276,372	+ 2.6 + 4.8	+ 5.5 + 13.7
22	Smallwares and notions - Menus articles	59,804	59,104	56,548	59,128	+4.6	
24	China and glassware – Porcelaine et verrerie Floor coverings – Revêtements de plancher	123,191 71,374	120,834 72,442	129,422 68,529	131,901 68,989	+ 1.9 + 0.7	+9.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	86,031	85,273	78,368	75,054	-4.2	-12.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -						
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	78,364	76,357	65,221	66,792	+2.4	-12.5
27 28	Furniture - Meubles Major appliances - Gros appareils ménagers	208,337 107,397	205,015 110,583	219,955 103,759	220,027 102,727	-1.0	+7.3 -7.1
29 30	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	238,690	231,897	269,633	270,253	+0.2	+ 16.5
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	227,203	227,317	225,705	235,449	+4.3	+3.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture,	179,454	181,713	200,127	205,358	+2.6	+ 13.0
32	papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials – Matériel de						
33	plomberie, chauffage et construction Jewellery - Bijouterie	76,036 173,408	76,350 169,523	52,051 181,108	51,750 186,588	-0.6 +3.0	-32.2 + 10.1
34 35	Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	161,600 275,408	162,014 275,835	159,725 283,403	163,164 308,412	+2.2 +8.8	+ 0.7 + 11.8
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	149,614	154,546	158,291	162,499	+2.7	+5.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile,						
38	réparation et fournitures  Meals and lunches – Repas et casse-croûtes	69,415	67,618	65,089 65	70,075 64	+ 7.7 -1.5	+3.6
39	Repairs and services - Services et travaux de réparations	113	108	434	405	-6.7	
40	All other departments – Tous autres rayons	135,819	136,348 4, <b>806,183</b>	129,053 <b>5,019,408</b>	133,459 <b>5,014,036</b>	+ 3.4	-2.1 +4.3
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,893,895	4,000,183	5,019,408	5,014,036	-0.1	+ 4.3

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991

			Stock-sales/Stocks-ventes					
	Department	1990		1991				
		April	May	April	May			
No.		Avril	Mai	Avril	Mai			
	Wanada and minada da na da							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.45	3.60	5.10	3.49			
2	Women's and misses' coats and suits	3.02	3.29	2.82	3.90			
3	Women's and misses' sportswear Furs	4.14	3.51	4.83	3.39			
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	14.30	25.96	4.70				
		3.03	3.84	4.70	4.00			
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	4.66	5.23	4.51			
7 8	Lingerie and women's sleepwear	4.73	4.19	5.58	4.22			
9	Intimate apparel Millinery	5.22	4.84	6.46	5.57			
10	Women's and girls' hosiery	3.47 4.58	3.16 4.25	6.05 5.47	4.79 5.04			
	Warran I all the same and a same and a same a s		0	0.47	3.04			
11 12	Women's and girls' gloves, mitts and accessories Women's, misses' and children's footwear	5.27	3.92	6.15	4.84			
13	Men's clothing	4.50	4.06	5.22	4.40			
14	Men's furnishings	4.94	5.94 4.73	6.79 5.52	6.63 4.75			
15	Boys' clothing and furnishings	3.34	3.82	3.49	2.91			
16	Men's and boys' footwear	5.90	5.47	5.70	F 40			
17	Food and kindred products	1.15	5.47 1.65	5.76 2.43	5.49 2.46			
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.63	4.13	5.57	5.09			
19 20	Photographic equipment and supplies	5.89	5.55	5.95	5.65			
20	Piece goods	6.92	6.33	7.16	7.84			
21	Linens and domestics	6.19	5.70	7.22	6.83			
22	Smallwares and notions	6.99	6.77	6.82	7.14			
23 24	China and glassware Floor coverings	8.40	6.67	9.70	8.43			
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.59	5.47	6.46	6.54			
		6.02	5.11	6.07	5.25			
26 27	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.79	8.30	7.43	6.98			
28	Furniture Major appliances	3.98	3.56	4.32	4.29			
29	Television, radio and music	2.73	2.71	2.70	2.55			
30	Housewares and small electrical appliances	5.84	5.73 6.07	7.66 6.25	7.64 6.74			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.			0.20	0., ,			
32	Plumbing, heating and building materials	4.97	3.82	5.67	4.18			
33	Jewellery	6.90 8.85	6.32 7.06	6.30	5.12			
34	Toys and games	6.82	7.66	10.74 8.44	8.94 8.00			
35	Sporting goods and luggage	5.90	5.20	6.44	5.80			
36	Stationery, books and magazines	E 70	6.14	7.00				
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.78	6.14 5.20	7.09	6.36			
38	Meals and lunches	0.01	5.20	5.92	6.15			
39 40	Repairs and services All other departments	***		0.02	0.01			
40	All other departments	2.61	2.05	2.33	1.89			
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.62	4.28					

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

S	ales-stock/Vente	es-stocks			
1990		1991		Rayon	
April	May	April	May	nayon	
Avril	Mai	Avril	Mai		
0.23	0.26	0.21	0.27	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et	
0.30	0.26	0.32	0.23	jeunes filles  Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	
0.25	0.28	0.22	0.28	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	
0.07			0.20	Fourrures	
0.28	0.26	0.22	024	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	
0.26	0.21	0.19	0.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	i
0.22	0.24	0.18	0.23	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	i
0.20	0.20	0.16	0.18	Sous-vêtements	
0.28	0.30	0.17	0.20	Chapeaux	
0.22	0.23	0.19	0.20	Bas pour dames et fillettes	
0.19	0.24	0.17	0.20	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	
0.22	0.24	0.19	0.22	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	
0.16	0.16	0.15	0.15	Vêtements pour hommes	
0.21	0.21	0.19	0.22	Articles d'habillement pour hommes	1
0.30	0.26	0.29	0.33	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	
0.17	0.18	0.18	0.18	Chaussures pour hommes et garçons	
0.73	0.55	0.40	0.40	Produits alimentaires et connexes	
0.22	0.24	0.19	0.20	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	
0.17 0.14	0.19 0.15	0.17 0.15	0.18	Appareils et fournitures photographiques  Tissus à la pièce	
0.16	0.18	0.14	0.15	Literie et linge de maison	
0.15	0.15	0.15	0.14	Menus articles	
0.12	0.15	0.11	0.12	Porcelaine et verrerie	
0.18	0.18	0.16	0.15	Revêtements de plancher	
0.17	0.20	0.17	0.19	Tentures, rideaux et housses	
0.12	0.12	0.14	0.15	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	To the last of the
0.26	0.28	0.24	0.23	Meubles	
0.37	0.37 0.17	0.37	0.39	Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique	
0.17	0.17	0.16	0.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	
0.20	0.26	0.19	0.24	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	
0.15	0.16	0.16	0.19	Matériel de plomberie, chauffage et construction	
0.11	0.14	0.09	0.11	Bijouterie	
0.15	0.13	0.12	0.13	Jouets et jeux	
0.18	0.19	0.16	0.18	Articles de sport et valises	
0.17	0.17	0.14	0.16	Papeterie, livres et revues	
0.17	0.19	0.17	0.17	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	
	•••			Repas et casse-croûtes	
0.38	0.49	0.42	0.54	Services et travaux de réparation Tous autres rayons	
0.58	0.49	0.42	0.54	1000 aution rayona	
0.22	0.23	0.20	0.22	TOTAL, TOUS RAYONS	

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Daviad	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted	Month/month per cent
Period Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	change Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
4000	\$'000	%	\$'000	%
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 -0.1 + 1.3 + 1.1 -0.9 + 0.4 -0.7 + 0.5 + 0.3 -0.2
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre 1990	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+3.9 +2.0 -0.5 +3.7 +3.5 +2.2 +3.5 +3.4 +5.7 +7.8 +5.3 +3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+ 1.1 + 1.2 -3.7 +4.4 + 0.2 -0.6 + 1.2 -1.2 +2.1 +2.0 -1.6
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+2.0 +3.2 +5.1 +2.3 +2.5 +2.8 +3.6 +6.0 +4.6 +3.4 +5.4 +3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 + 1.9 -2.0 + 1.9 -0.6 + 0.7 + 1.1 + 1.8 + 0.7 -0.2 + 0.5
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036	-3.6 -1.7 +0.4 +2.6 +4.3	4,556,526 4,757,605r 4,841,177r 4,882,366r 4,979,565p	-7.6 + 4.4r + 1.8r + 0.9r + 2.0p

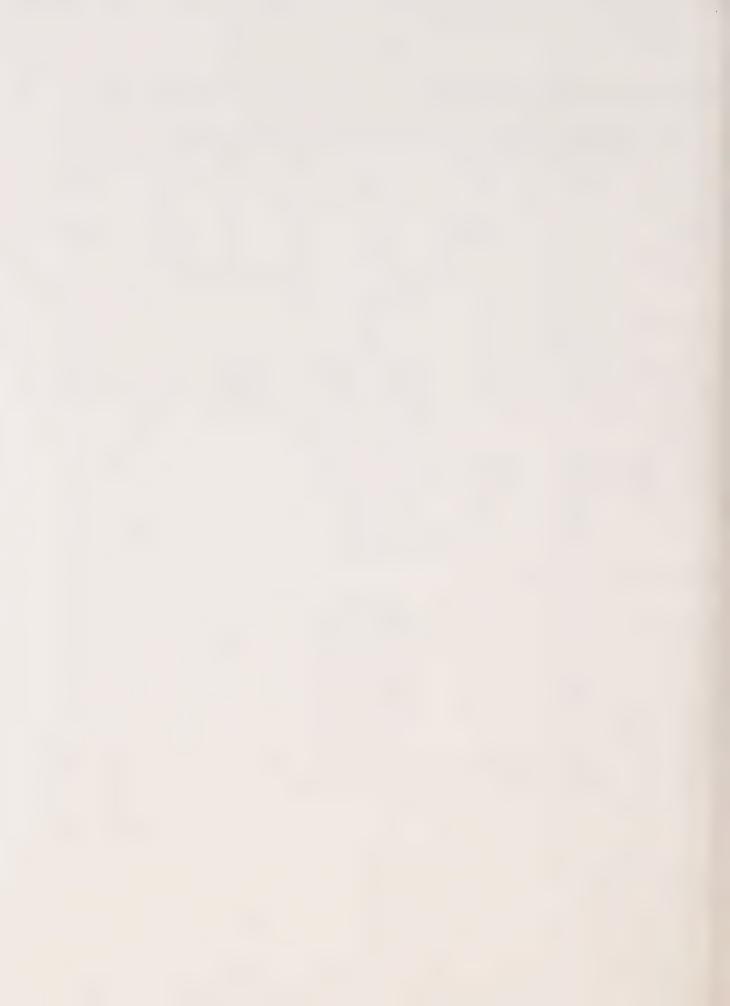
TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, <sup>1</sup> Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426	-12.5 -1.0 +1.2 +6.8 +2.5	-8.5 -7.6 -4.0 +2.3 +5.0
	millions of c	Iollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668 2,727r 2,842r 3,003r 3,092p	-5.3 + 2.2r + 4.2r + 5.7r + 3.0p	-7.9 -7.4r -2.8r +2.6r +4.4p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



### Appendix I

### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

### Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif l.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

### Appendix II

### List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Junior Department Store Organizations

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgameted with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

### Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - May Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Mai

	Respon: Taux de	Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>	
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	·	100.0	100.0

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

### TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	199	1990		91
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
anuary - Janvier	26	4	26	4
ebruary - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	5	26	5
April - Avril	24	4	26	4
flay – Mai	26	4	26	4
une – Juin	26	5	26	5
uly - Juillet	25	4	26	4
august - Août	27	4	26	5
September - Septembre	24	5	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
lovember - Novembre	26	4	26	5
December - Décembre	25	5	25	4

### SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

### CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

 $N^{\circ}$  11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

### **ORDER FORM**

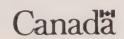
### Statistics Canada Publications

partment					MasterCa	ord	☐ VIS	SA	
italogue umber		Title .		Required Issue	Annu	al Subscr Book Pri United States US\$	iption	Qty	Total \$
se note that disc		to the price of the publication and no	t to the	total amount w	rhich	G	ST (7%)	ıL	
que or money o	rder should be mad	le payable to the Receiver General fier countries pay total amount in US fi	unds dra	awn on a US b	ank.		pay in Can	ard	PF 03681 1991-01

sion française de ce bon de commande disponible sur demande



Statistics Statistique Canada Canada

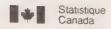




### **BON DE COMMANDE**

### Publications de Statistique Canada

POSTEZ À	: publications		ZÀ: (613) 951-1584		DALITÉS DE					
Statistique	e Canada		e tient lieu de nale. Veuillez ne		Numéro d'ordr	e d'achat	(inclure s.	v.p.)		
Ottawa (O	ntario) K1A 0T6	pas envoyer de d	confirmation.		Paiement inclu	IS				
(En caractère:	s d'imprimerie s.v.p.)				Envoyez-moi la	a facture p	lus tard (m	nax. 500 \$)	)	
Entreprise _				Port	ez à mon con	pte :	Master	Card	□ vi	SA
Service	<del></del>									
À l'attention d	de				Nº de compte		111			444
Adresse					Date d'expiration	on				
			vince	Signa	ature					
Code postal		Tél.		Num	éro de référenc	e du client				
Numéro au		Titre	9		Édition	1	nnement a de la pub		Out	-
catalogue					demandée	Canada \$	États- Unis \$ US	Autres pays \$ US	Qté	Tota \$
								TOTAL		
Les clients car	nadiens ajoutent la ta	axe de 7 % sur l	es produits et services.				TF	PS (7 %)		
Veuillez noter pouvant inclure	que les réductions s e des frais de port et	'appliquent au pr t de manutention	rix des publications et non particuliers et la TPS.	au tota	ıl général; ce d	ernier	TOTA	L GÉNÉR	AL	
Le chèque ou canadiens; les	mandat-poste doit ê clients à l'étranger p	tre fait à l'ordre d paient le montan	du Receveur général du C t total en dollars US tirés s	anada sur une	- Publication banque améri	s. Les clie caine.	ents canad	iens paient	t en doll	ars
Pour un servi rapide, comp			1-800-267-6677		`		Comp	ites VISA MasterCa	rd	PF 03681 1991-01
This order cou	pon is available in E	nalish was rea								



Canada

# No other monthly report on the Canadian Economy has this much to offer

## La seule publication à vous offrir autant d'information sur l'économie canadienne

Canadian Economic Observer

The most extensive and timely information source for people who want objective facts and analysis on the Canadian Economy... every

month.

**Current economic conditions** 

Brief, "to the point" a current update summary of the economy's performance including trend analyses on employment, output, demand and the leading indicator.

Feature articles

In-depth research on current business and economic issues: business cycles, employment trends, personal savings, business investment plans and corporate concentration.

Statistical summary

Statistical tables, charts and graphs cover national accounts, output, demand, trade, labour and financial markets.

Regional analysis

Provincial breakdowns of key economic indicators.

International overview

Digest of economic performance of Canada's most important trading partners — Europe, Japan and the U.S.

Economic and statistical events

Each month, CEO also publishes a chronology of current events that will affect the economy, and information notes about new products from Statistics Canada.

Consult with an expert

The names and phone numbers of the most appropriate Statistics Canada contacts are provided with each data table in the statistical summary; not only can you read the data and the analysis, you can talk to the experts about it.

### The Canadian Economic Observer

(Catalogue no. 11-010) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

For faster service, fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll free at 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

L'Observateur économique canadien

La revue la plus complète et la plus à jour qui soit pour les gens qui désirent des renseignements objectifs et une analyse de l'économie canadienne... chaque mois.

Les conditions économiques actuelles

Résumé bref et incisif de l'actualité économique du mois, comportant l'analyse des tendances de l'emploi, de la production, de la demande et de l'indicateur avancé.

Les études spéciales

Recherche approfondie sur les questions du domaine des affaires et de l'économie : cycles économiques, tendances de l'emploi, épargne personnelle, projets d'investissement et concentration des sociétés.

L'aperçu statistique

Tableaux, graphiques et diagrammes englobant les statistiques des comptes nationaux, de la production,

de la demande, du commerce, de l'emploi et des marchés financiers.

L'analyse régionale

Ventilation par province des indicateurs économiques stratégiques.

Le survol de l'économie internationale

Un sommaire du rendement de l'économie des partenaires commerciaux du Canada, comme l'Europe, le Japon et les États-Unis.

Événements économiques et statistiques

Chaque mois, L'OEC publie une chronologie des événements qui influenceront l'économie de même que des renseignements sur les nouveaux produits de Statistique Canada.

Consultez un expert

Les noms et numéros de téléphone des personnes-ressources figurent à chaque tableau de l'aperçu statistique; non seulement pouvez-vous lire les données et l'analyse, mais vous pouvez de plus discuter du sujet avec les experts de Statistique Canada.

L'Observateur économique canadien.

(nº 11-010 au catalogue) coûte 220 \$ l'abonnement annuel au Canada, 260 \$ US aux États-Unis et 310 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.

# I-N-F-O-M-A-T

### Don't start your week votre première lecture without it

Get a jump on your work week by making sure you have the most current economic and social information in Canada. Travelling by first class mail or courier, Statistics Canada's digest, Infomat, arrives at the beginning of each week to help you monitor key economic indicators and keep up with the most current data releases from Canada's national statistical agency.

In eight fact-filled pages, Infomat highlights the findings of Statistics Canada surveys and brings them to your desk each week, often long before detailed reports are published. Throughout the year you'll get the first results of over 100 ongoing surveys and many special surveys—from manufacturing shipments to the health of Canadians or post graduate employment to part-time workers.

### Each week, Infomat presents you with,

- concise summaries of fresh facts from over 100 ongoing surveys
- charts and graphs that let you instantly scan the trends
- Overview an outline of the subjects covered in each issue that you can scan in 30 seconds
- guidance on how to obtain special reports to assist you in your more detailed research.
- Current Trends and Latest Monthly Statistics sections that bring you up to date on the Consumer Price Index, Gross Domestic Product and 21 other key monthly series

Managers, analysts and researchers who are responsible for keeping up to date on changes in Canada's economic and social climate can count on Infomat — as a quick overview of the latest trends and as a weekly reminder of key indicators and data releases. Many subscribers use Infomat's highlights to add authority to their industry analyses, investment plans or corporate reports.

To order Infomat (11-002E), 50 issues annually for \$125 in Canada, US\$150 in the U.S. and US\$175 in other countries, write to Publications Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, Canada, K1A OT6. For faster service, use your VISA or MasterCard and call toll-free in Canada, 1-800-267-6677

# de la semaine

Commencez votre semaine de travail en vous assurant que vous avez sous la main les dernières informations économiques et sociales au Canada. Voyageant en courrier de première classe ou par messagerie, Infomat, le condensé de Statistique Canada, arrive au début de chaque semaine pour vous aider à suivre les principaux indicateurs économiques et vous tenir au courant des dernières données publiées par l'organisme national d'enquêtes du pays.

En huit pages remplies de données, Infomat présente les faits saillants des enquêtes de Statistique Canada et les dépose sur votre bureau chaque semaine, bien avant que des rapports détaillés ne soient publiés. Tout au long de l'année, vous avez les premiers résultats de plus de 100 enquêtes permanentes et de nombreuses enquêtes spécialisées, qui vont des expéditions des fabricants à la santé des Canadiens ou de l'emploi des diplômés universitaires aux travailleurs à temps partiel.

### Chaque semaine, Infomat vous offre:

- des résumés de faits tout récents provenant de plus de 100 enquêtes différentes
- des diagrammes et des graphiques qui vous donnent immédiatement les tendances
- Aperçu une description des sujets traités dans chaque numéro, que vous pouvez parcourir en 30 secondes
- des conseils sur la façon d'obtenir des rapports spéciaux pour vous aider dans vos recherches plus poussées
- Les tendances actuelles et Dernières statistiques mensuelles, rubriques qui vous tiennent à jour sur l'indice des prix à la consommation, le produit intérieur brut et 21 autres séries mensuelles importantes.

Les gestionnaires, les analystes et les chercheurs qui ont la responsabilité de se tenir au courant de l'évolution de la conjoncture économique et sociale du Canada peuvent compter sur Infomat pour avoir une vue d'ensemble des dernières tendances et disposer ainsi d'un aide-

mémoire hebdomadaire des principaux indicateurs et données publiés. Plusieurs abonnés utilisent les faits saillants d'Infomat pour relever l'autorité de leurs analyses industrielles, projets d'investissements ou rapports financiers.

Pour commander Infomat (11-002F), 50 numéros par an pour 125 \$ au Canada, 150 \$ US aux États-Unis et 175 \$ US dans les autres pays, écrivez à Publications, vente et service, Statistique Canada, Ottawa, Canada K1A 0T6. Pour un service plus rapide, utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez sans frais au Canada le 1-800-267-6677





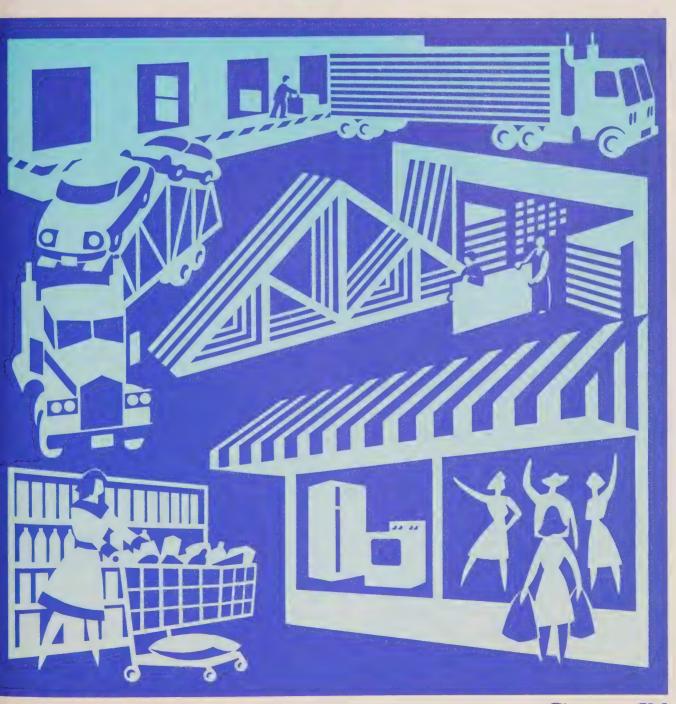
# Department store sales and stocks

June 1991



### Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1991





### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories	2611(11 0-0913
(area served by NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
	1-800-365-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud	
et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest	2011111 0 0010
(territoire desservi par la	

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

June 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

### Ventes et stocks des grands magasins

Juin 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry, Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

November 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Novembre 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 6

ISSN 0380-7045

Ottawa

### **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- <sup>p</sup> preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

### Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### **NOTE AU SUJET DE CANSIM**

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

### **Table of Contents**

### Table des matières

		Page			Page
ligh	lights	5	Poin	ts saillants	5
abl	e		Tabl	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

### TABLE OF CONTENTS - Concluded

### TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Page
Арр	endix		Appendice	
1.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Text	Table		Tableau explicatif	
1.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
11.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	30

### Highlights

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,089 million in June 1991, unchanged from the previous month's revised estimate.
- Departement store sales have fluctuated markedly during 1991. Sales increased 2.4% in the second quarter compared to a sharp decline of 7.6% (after adjustement for tax changes) in the first quarter of 1991.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,063 million at the end of June, an increase of 1.3% over the May 1991 revised value of \$4,997 million. This gain constitutes the fifth consecutive monthly increase.
- The ratio of stocks to sales stood at 4.65:1 in June, an increase over the 4.59:1 ratio observed in May.

### Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour juin 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,089 millions, soit une baisse de 0.1%, par rapport à l'estimation révisée du mois précédent.
- Les ventes des grands magasins ont fluctué d'une façon marquée en 1991. Les ventes ont augmenté de 2.4% au cours du second trimestre comparativement à une baisse importante de 7.6% (après ajustement pour le changement de taxe) dans le premier trimestre de 1991.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 1.3% par rapport au mois précédent (\$4,997 millions, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de juin 1991 à \$5,063 millions. Cette hausse constitue une cinquième augmentation consécutive.
- Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.65:1 en juin, une hausse comparativement au rapport de 4.59:1 observé en mai.

### Note to Users

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince Edward Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department Canada, 1990-1991

	Canada, 1990-1991						
			Unadjust	ted - Non désai	sonnalisées		
		15	990	1	1991		
	Department	May	June	e May	June	June 1991/1990	
Al.		Mai	Juin	Mai	Juin	Juin 1991/1990	
No.			thousand	is of dollars			
				ls of dollars de dollars		per cent pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	17,751	15,207	17,606	13,799	-9.3	
2	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	10,119 100,176	6,596 92,160		5,580 83,226	-15.4 -9.7	
4 5	Infants' and children's wear and nursery equipment	367 44,541	404 41,747			-10.7	
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	14,795 18,952 17,518 1,388 14,638	14,075 18,077 18,952 1,377 12,036	17,756 18,634 1,079	11,254 16,022 19,139 1,047 10,594	-20.0 -11.4 + 1.0 -24.0 -12.0	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,691	15,366	16,444	13,589	-11.6	
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	31,508 19,926 71,866 18,277	29,519 20,309 93,928 16,534	30,834 17,698 69,766 18,418	24,776 18,033 87,792 13,412	-16.1 -11.2 -6.5 -18.9	
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	15,795 23,033 72,310 9,579 2,946	17,231 23,836 70,170 11,302 2,680	14,348 20,577 69,275 8,874 2,508	15,309 19,943 62,897 10,367 2,344	-11.2 -16.3 -10.4 -8.3 -12.5	
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	42,657 8,731 18,109 13,236 16,703	46,888 8,642 15,628 13,434 16,526	40,478 8,287 15,649 10,549 14,294	42,123 7,618 13,985 10,071 13,277	-10.2 -11.8 -10.5 -25.0 -19.7	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,200	9,406	9,574	8,976	-4.6	
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	57,517 40,803 40,468 37,424	66,518 58,409 51,879 36,977	51,321 40,323 35,384 34,955	55,458 48,858 40,787 34,188	-16.6 -16.4 -21.4 -7.5	
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	47,601 12,080 24,006 21,149	47,246 12,841 22,535 22,668	49,135 10,114 20,868 20,401	42,702 9,300 20,615 20,267	-9.6 -27.6 -8.5 -10.6	
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	53,050 25,189 13,014	59,147 28,402	53,147 25,552	55,919 25,755	-5.5 -9.3	
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	20,792 31,020	12,647 20,789 31,051	11,395 19,145 28,198	10,532 18,241 28,180	-16.7 -12.3 -9.2	
ì	TOTAL ALL DEPARTMENTS	66,517 1,122,447	55,267 <b>1,158,406</b>	70,698 <b>1,081,819</b>	58,649 <b>1,031,917</b>	+ 6.1 - <b>10.9</b>	
1 -		, , , , , , , , ,	.,.55,456	1,001,019	1,031,317	-10.9	

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

	1991		Change Variation		
n <sup>r</sup> Apri	April <sup>r</sup> May <sup>r</sup>	June <sup>p</sup>	June/ May 1991	Rayon	
Avri	Avril <sup>r</sup> Mai <sup>r</sup>	Juin <sup>p</sup>	Juin/ Mai 1991		
	thousands of dollars milliers de dollars		per cent pourcentage		+
9 11,49	11,494 12,670	12,201	-3.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes	
5 14,74	14,744 15,189 76,280 83,231	14,806 79,232	-2.5 -4.8	pour dames et jeunes filles  Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles  Vêtements sports pour dames et jeunes filles	
44,49	44,493 46,938	45,594	-2.9	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	
2 18,17 1 15,78 9 1,37	14,997 15,810 18,173 19,506 15,780 17,901 1,372 1,488 12,944 13,596	15,741 19,965 17,980 1,557 13,551	-0.4 + 2.4 + 0.4 + 4.6 -0.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes	
	17,513 17,440	17,620	+ 1.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames	
20,94 0 72,87	25,554 27,075 20,944 20,719 72,878 75,637 17,713 18,649	25,893 20,936 76,556 17,824	-4.4 + 1.0 + 1.2 -4.4	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	
3 14,95 0 21,43 6 74,68 5 10,93	14,951 14,389 21,437 26,334 74,680 75,276 10,932 10,338 2,511 2,539	14,742 26,698 74,058 10,431 2,604	+ 2.5 + 1.4 -1.6 + 0.9 + 2.6	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	
9,73 4 16,47 4 10,57	43,104 44,075 9,739 9,846 16,471 16,548 10,573 10,540 13,134 12,934	43,787 9,707 17,312 10,229 12,501	-0.7 -1.4 +4.6 -2.9 -3.3	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	
	10,390 11,090	10,615	-4.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	
3 45,53 6 48,16	51,194 48,934 45,538 42,712 48,161 49,127 44,678 40,718	48,033 41,960 50,209 41,697	-1.8 -1.8 + 2.2 + 2.4	Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	
9 8,38 5 22,75 6 30,33	34,060 34,637 8,384 8,438 22,758 22,784 30,330 32,437 40,748 42,723	33,643 7,947 23,389 32,056 42,955	-2.9 -5.8 +2.7 -1.2 +0.5	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie Jouets et jeux Articles de sport et valises	
9 32,57	32,573 11,822 32,494 11,347	33,271 11,368	+ 2.4 + 0.2	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	
1 25,54	19,610 19,887 25,544 25,973 59,671 57,383	19,783 27,002 61,328	-0.5 +4.0 +6.9	Reparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons	
	1,072,950 1,089,171	1,088,507	-0.1	TOTAL, TOUS RAYONS	

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

7						
Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
		Neuve	Édouard	Ecosse	Brunswick	
		thous	ande of dollars	= milliere do do	llare	
Major department stores		liods	lands of dollars	Timilers de do	nais	
1990 May	611,986	x	x	11,877	x	117,632
June January-June	653,950 3,324,316	×	×	13,242 63,319	X X	122,357 601,026
1991 May	584,850	×	x	11,725	x	113,991
January-June	2,947,312	×	×	57,095	×	101,975 521,709
Percentage change						
June 1991/1990 January-June 1991/1990	-11.3 -11.3	×	×	-11.0 -9.8	×	-16.7 -13.2
Junior department stores						
1990 May June January-June	510,461 504,456 2,597,120	x x x	x x x	23,389 24,775 123,765	x x x	109,781 100,746 528,241
1991 May June	496,969 452,115	×	X	22,772	×	107,764 90,991
January-June	2,415,275	×	x	115,309	x	494,117
Percentage change						
June 1991/1990 January-June 1991/1990	-10.4 -7.0	×	×	-11.0 -6.8	x x	-9.7 -6.5
Total, all department stores						
1990 May	1,122,447	14,880	6,279	35,267	23,413	227,413
January-June	5,921,436	78,120	36,746	187,086	123,566	223,104 1,129,269
1991 May June	1,081,819	13,956	4,260	34,497	22,910	221,755
January-June	5,362,586	73,055	23,549	33,823 172,403	22,861 114,778	192,966 1,015,826
Percentage change						
June 1991/1990 January-June 1991/1990	-10.9 -9.4	-9.9 -6.5	-37.1 -35.9	-11.0 -7.8	-10.1 -7.1	-13.5 -10.0
	Major department stores  1990 May June January-June  1991 May June January-June 1991/1990  Junior department stores  1990 May June January-June  1991 May June January-June  Percentage change  June 1991/1990  June 1991/1990  Total, all department stores  1990 May June January-June  1991 May June January-June  1991 May June January-June  1991 May June January-June  Percentage change  June 1991/1990  Percentage change  June January-June	Major department stores         1990 May       611,986         June       3,324,316         1991 May       584,850         June       579,802         January-June       2,947,312         Percentage change       June 1991/1990         June 1991/1990       -11.3         Junior department stores       1990 May         June       504,456         January-June       2,597,120         1991 May       496,969         June       452,115         January-June       2,415,275         Percentage change       -10.4         June 1991/1990       -10.4         June 1991/1990       -10.4         Total, all department stores         1990 May       1,122,447         June June       1,158,406         January-June       5,921,436         1991 May       1,031,917         January-June       5,362,586         Percentage change         June 1991/1990       -10.9	Type of department store    Canada   Terre-Neuve	Type of department store  Canada  Terre-Neuve  thousands of dollars  Major department stores  1990 May	Type of department store  Canada  Terre-Neuwe  Reducerd  Reducerd	Type of department store  Canada  Terre-Neuve  Terre-Neuv

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
	thousands	of dollars - milliers	de dollars			+ .,
1	l l	1	1			
					Grands magasins traditionnels	
247,901 271,412	26,670   27,668	x x	78,920 82,042	104,320 108,657	1990 Mai Juin	1 2
1,369,359	145,345	x	430,762	574,822	Janvier-juin	3
234,001 245,803	24,795   23,259	×	75,329 73,784	101,740 98,588	1991 Mai Juin	4 5
1,187,855	126,798	х	395,332	534,932	Janvier-juin	6
					Variation procentuelle	
					'	
-9.4 -13.3	-15.9 -12.8	X X	-10.1 -8.2		Juin 1991/1990 Janvier-juin 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
209,566	22,319		43,188	50,896	1990 Mai	9
209,359	21,895	×	43,290	50,706	Juin	10
1,079,273	110,397	x	224,950	261,088	Janvier-juin	11
210,663	20,617	×	41,339	46,874	1991 Mai	12
188,331 1,012,460	19,077 99,747	×	39,727 211,418	45,660 242,090	Juin Janvier-juin	13
1,012,400	33,747	^	211,410	242,030	Odiffici-juli	'
					Variation procentuelle	
-10.0	-12.9	×	-8.2	-10.0	Juin 1991/1990	15
-6.2	-9.6	x	-6.0	-7.3	Janvier-juin 1991/1990	16
					Ensemble des grands magasins	
457,467	48,989	31,413	122,109	155,217	1990 Mai	17
480,771	49,563	33,536	125,332	159,363	Juin	18
2,448,632	255,742	170,656	655,712	835,909	Janvier-juin	19
444,665	45,412	29,082	116,668	148,614	1991 Mai	20
434,134 2,200,316	42,336	28,948	113,511 606,751	144,248 777,023	Juin Janvier-juin	21 22
2,200,316	226,545	152,339	000,751	777,023	Janvier-juin	1 22
					Variation procentuelle	
-9.7	-14.6	-13.7	-9.4	-9.5	Juin 1991/1990	23
-10.1	-11.4	-10.7	-7.5	-7.0	Janvier-juin 1991/1990	24

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
			thousands	of dollars - milliers	de dollars	
	Major department stores					
1	1990 May	33,018	35,444	x	22,191	76,024
2	June	33,717	36,743	x	24,007	77,589
3	January-June	180,243	193,208	x	122,336	389,265
4	1991 May	30,472	34,022	x	21,364	71,060
5	June	29,459	33,166	x	22,924	64,947
6	January-June	161,187	177,272	x	108,533	329,234
	Percentage change					
7	June 1991/1990	-12.6	-9.7	x	-4.5	-16.3
8	January-June 1991/1990	-10.6	-8.2	x	-11.3	-15.4
	Junior department stores					
9	1990 May	13,539	17,855	x	10,173	47,625
10	June	13,830	17,609	x	10,171	42,884
11	January-June	71,561	91,909	x	53,020	226,658
12	1991 May	12,324	16,927	x	10,105	45,699
13	June	10,517	14,505	x	8,334	35,792
14	January-June	62,170	84,488	x	48,617	204,884
	Percentage change					
15	June 1991/1990	-24.0	-17.6	×	-18.1	-16.5
16	January-June 1991/1990	-13.1	-8.1		-8.3	-9.6
	Total, all department stores					
17	1990 May-	46,556	53,299	19,314	32,364	123,650
18	June	47,547	54,352	20,581	34,177	120,473
19	January-June	251,803	285,118	102,302	175,355	615,924
20	1991 May	42,796	50,949	17,579	31,469	116,760
21	June	39,976	47,671	16,663	31,258	100,739
22	January-June	223,357	261,761	88,390	157,149	534,118
	Percentage change					
23	June 1991/1990	-15.9	-12.3	-19.0	-8.5	-16.4
24	January-June 1991/1990	-11.3	-8.2	-13.6	-10.4	-13.3

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
	thousands	of dollars - milliers	de dollars			1
					Grands magasins traditionnels	
29,741 32,108 158,785	x x x	120,748 129,680 670,923	67,669 70,191 374,231	x x x		1 2 3
29,844 28,369 145,336	x x x	112,988 125,077 581,503	66,052 63,888 344,085	x x x	1991 Mai Juin Janvier-juin	4 5 6
-11.6 -8.5	x x	-3.5 -13.3	-9.0 -8.1	. x	Janvier-juin 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
23,590 22,257 118,557	x x x	56,885 57,447 298,081	17,630 17,485 91,446	x x x	1990 Mai Juin Janvier-juin	9 10 11
23,142 19,100 109,949	. x x x	57,383 48,051 270,217	15,434 14,098 80,140	x x x	1991 Mai Juin Janvier-juin	12 13 14
					Variation procentuelle	
-14.2 -7.3	x x	-16.4 -9.3	-19.4 -12.4	x x	Juin 1991/1990 Janvier-juin 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
53,331 54,365 277,341	32,563 31,635 157,413	177,632 187,126 969,000	85,299 87,676 465,677	43,321 43,840 228,450	1990 Mai Juin Janvier-juin	17 18 19
52,986 47,468 255,282	30,712 25,933 137,815	170,370 173,129 851,720	81,485 77,986 424,224	40,172 35,968 199,583	1991 Mai Juin Janvier-juin	20 21 22
					Variation procentuelle	
-12.7 -8.0	-18.0 -12.5	-7.5 -12.1	-11.1 -8.9		Juin 1991/1990 Janvier-juin 1991/1990	23 24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	Brunswick	
				number -	- nombre		
	Major department stores	1				1	
1 2	1990 May June	322 323	2 2	1	10 10	5 5	52 52
3 4	1991 May June	333 334	3	1	11 11	5 5	55 56
	Junior department stores						
5 6	1990 May June	548 548	16 16	5 5	29 29	25 25	106 106
7 8	1991 May June	555 555	16 16	5 5	30 30	25 25	110 110
	Total, all department stores						
9 10	1990 May June	870 871	18 18	6	39 39	30 30	158 158
11 12	1991 May June	888 889	19 19	6	41 41	30 30	165 166

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores					
1 2	1990 May June	14 14	22 22	6	12 12	29 29
3	1991 May June	14 14	22 22	6	14 14	30 31
	Junior department stores					
5 6	1990 May June	13 13	17 17	11	10 10	41 41
7 8	1991 May June	13 13	17 17	10	11	41
	Total, all department stores					
9	1990 May June	27 27	39	17 17	22	70 70
11 12	1991 May June	27 27	39 39	16 16	25   25	71 72

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	No
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
127 128	13 13	13 13	48 48	51 51	1990 Mai Juin	1 2
132 132	13 13	12 12	49 49	52 52	1991 Mai Juin	3 4
					Grands magasins populaires	
220 220	23 23	22 22	45 45	57 57	1990 Mai Juin	5
220 220	23 23	22 22	46 46	58 58	1991 Mai Juin	7 8
					Ensemble des grands magasins	
347 348	36 36	35 35	93 93	108 108		9
352 352	36 36	34 34	95 95	110	1991 Mai	11
352	36	34	95	110	Juin	12

FABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No	
		number - nombre					
					Grands magasins traditionnels		
13 13	7 7	52 52	27 27	12 12	1990 Mai Juin	1 2	
15 15	7 7	55 55	29 29	12 12	1991 mai Juin	3 4	
					Grands magasins populaires		
22 22	13 13	58 58	17 17	17 17	1990 Mai Juin	5	
21 21	13 13	59 59	17 17	17 17	1991 Mai Juin	7 8	
					Ensemble des grands magasins		
35 35	20 20	110 110	44 44	29 29	1990 Mai Juin	9	
36 36	20 20	114 114	46 46	29 29	1991 Mai Juin	11 12	



Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
eriod ériode	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
989							
anuary - Janvier ebruary - Février larch - Mars pril - Avril ay - Mai une - Juillet ugust - Août eptember - Septembre ctober - Octobre ovember - Novembre ecember - Décembre ear - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 600,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7	
90							
anuary - Janvier ebruary - Février arch - Mars oril - Avril ay - Mai une - Juin uily - Juillet ugust - Août eptember - Septembre ctober - Octobre ovember - Novembre ecember - Décembre ear - Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3 56.4	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.4 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7 43.6	
991							
anuary – Janvier ebruary – Février arch – Mars oril – Avril ay – Mai une – Juin uly – Juillet ugust – Août eptember – Septembre ctober – Octobre ovember – Novembre eeember – Décembre ear – Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850 579,802	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115	44.5 45.9 44.1 46.0 45.9 43.8	

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-June - Janvier-juin

	Department	Sales - Ventes		Change 1991/1990
	Rayon	1000	1001	
10.		1990	1991	Variation 1991/1990
		thousands of dollars		per cen
		milliers de	dollars	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms –			
2	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour	77,048	68,220	-11.5
3	dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear – Vêtements sports pour dames et	74,304	62,853	-15.4
4	jeunes filles Furs – Fourrures	457,592	422,879	-7.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour	7,539		•••
	bebes et enfants et articles de chambres d'enfants	248,294	238,176	-4.1
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	84,766	71,872	-15.2
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	96,745	86,911	-10.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements Millinery - Chapeaux	95,711	96,727	+ 1.1
0	Women's and girls' hosiery – Bas pour dames et fillettes	7,761	6,079	-21.7
1	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	76,248	71,208	-6.6
2	et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	82,442	74,833	-9.2
0	jeunes tilles et enfants	150,023	132,881	-11.4
3	Men's clothing - Vêtements pour hommes  Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	110,936	93,942	-15.3
5		378,837	346,944	-8.4
3	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	95,542	82,974	-13.2
7	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	82,031 156,887	73,620 140,905	-10.3
3	1 olletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	396,850	367,630	-10.2 -7.4
9	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques Piece goods – Tissus à la pièce	52,856	48,347	-8.5
1	Linens and domestics – Literie et linge de maison	16,357	13,241	-19.0
2	Smallwares and notions - Menus articles	245,167	221,704	-9.6
3	China and glassware - Porcelaine et verrerie	53,976 85,118	49,426 76,886	-8.4
1	Floor coverings - Revêtements de plancher	73,304	55,927	-9.7 -23.7
3	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes,	84,643	70,021	-17.3
	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement nour la maison	E2 070	40.000	
,	Furniture - Meubles	52,272 319,556	49,600 262,413	-5.1 -17.9
3	Major appliances - Gros appareils ménagers	263,874	221,872	-15.9
9	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	259,917	220,935	-15.0
0	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	200,017	220,333	-13.0
	Hardware, paints, wallpraper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	209,834	200,739	-4.3
	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	200,965	187,566	-6.7
3	Jewellery – Bijouterie	61,608	46,900	-23.9
ŀ	Toys and games - Jouets et ieux	111,842	98,869	-11.6
5	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	115,223 243,344	110,540 224,892	-4.1 -7.6
	Stationery, books and magazines - Paneterie livres et revues	153,697	143,896	-6.4
	dasonine, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence	.00,00.	140,030	-0.4
	huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures  Meals and lunches – Repas et casse-croûtes	65,497	58,313	-11.0
}	Repairs and services - Services et travaux de réparation	120,200	107,305	-10.7
)	All other departments – Tous autres rayons	155,646 296,975	137,085 317,454	-11.9 +6.9
	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,921,436	5,362,586	-9.4

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

		Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		199	00	199	)1	Change -	Variation
	Department Rayon	May	June	Мау	June	June/ May 1991	June 1991/1990
No.		Mai	Juin	Mai	Juin	Juin/ mai 1991	Juin 1991/1990
		thou	sands of dollar	s - milliers de	e dollars	per cent -	oourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers						
2	et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et	63,833	52,232	61,524	50,438	-18.0	-3.4
3	tailleurs pour dames et jeunes filles	33,308	28,124	34,244	29,174	-14.8	+3.7
	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	351,813	299,146	355,309	289,364	-18.6	-3.3
5	Furs - Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment -	9,529	9,630				
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	171,072	172,080	186,420	176,898	-5.1	+2.8
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de						
7	fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements	68,946	67,636	65,420	61,113	-6.6	-9.6
8	de nuit pour dames Intimate apparel – Sous-vêtements	79,433   84,873	76,453 83,345	74,863	68,881 102,114	-8.0 -1.7	-9.9 + 22.5
9	Millinery - Chapeaux	4,389	3,616	5,172	4,539	-12.2	+ 25.5
10	Women's and girls' hosiery – Bas pour dames et fillettes Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants,	62,271	64,096	69,486	69,071	-0.6	+7.8
12	moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear - Chaussures	69,407	59,604	79,553	69,945	-12.1	+ 17.3
	pour dames, jeunes filles et enfants	127,910	109,864	135,763	119,402	-12.1	+8.7
13 14	Men's clothing - Vêtements pour hommes  Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	118,308 340,256	100,254 276,953	117,295 331,592	98,189 282,055	-16.3 -14.9	-2.1 + 1.8
15	Boys' clothing and furnishings – Vêtements et articles d'habillement pour garçons	69.768	61,023	53,595	56,773	+5.9	-7.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes						
17	et garçons Food and kindred products - Produits alimentaires	86,418	76,410	78,757	71,642	-9.0	-6.2
18	et connexes Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette,	37,988	44,392	50,642	50,487	-0.3	+ 13.7
19	cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies - Appareils et	298,904	287,261	352,278	345,405	-2.0	+ 20.2
20	fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	53,199 18,645	51,156 19,827	50,120 19,672	52,501 19,822	+4.8 +0.8	+ 2.6
21	Linens and domestics – Literie et linge de maison	243.027	240.242	276,372	277,611	+0.4	+ 15.6
22	Smallwares and notions - Menus articles	59,104	61,587	59,128	68,118	+ 15.2	+ 10.6
23 24	China and glassware - Porcelaine et verrerie Floor coverings - Revêtements de plancher	120,834 72,442	119,898 71,504	131,901 68,989	127,568 68,620	-3.3 -0.5	+6.4
25	Draperies, curtains and furniture coverings – Tentures, rideaux et housses	85,273	84,050	75,054	78,276	+ 4.3	-6.9
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -						
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	76,357	79,040	66,792	70,440	+ 5.5	-10.9
27 28	Furniture - Meubles	205.015 110.583	194,471 98,398	220,027 102,727	207,357 86,187	-5.8 -16.1	+6.6
29	Major appliances - Gros appareils ménagers Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	231,897	227,811	270,253	266,631	-1.3	+ 17.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	227,317	228,886	235,449	233,244	-0.9	+ 1.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,	181,713	172,336	205,358	202,355	-1.5	+ 17.4
32	papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials – Matériel de						
33	plomberie, chauffage et construction Jewellery - Bijouterie	76,350 169,523	76,347 161,314	51,750 186,588	52,271 178,617	+ 1.0	-31.5 + 10.7
34 35	Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	162,014 275,835	166,491 247,771	163,164 308,412	158,694 276,465	-2.7 -10.4	-4.7 + 11.6
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	154,546	168,798	162,499	176,057	+8.3	+ 4.3
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile,						
20	réparation et fournitures	67,618	69,745	70,075	73,685 124	+5.2	+5.6
38 39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparations	108	9 99	64 405	185	-54.3	+ 86.9
40	All other departments – Tous autres rayons	136,348	124,624	133,459	127,815	-4.2	+ 2.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4,806,183	4,536,523	5,014,036	4,748,133	-5.3	+ 4.7

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991

		Ş	Stock-sales/Stocks	s-ventes	entes		
	Department	1990	1990				
		May	June	May	June		
No.		Mai	Juin	Mai	Juin		
VO.							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and	3.60	3.43	3.49	3.66		
0	uniforms	0.00					
2	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	3.29	4.26	3.90	5.23		
4	Furs	3.51 25.96	3.25	3.39	3.48		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.84	4.12	4.00	4.74		
6	Girls' and teenage girls' wear	4.66	4.01				
7	Lingerie and women's sleepwear	4.66	4.81 4.23	4.51 4.22	5.43		
8	Intimate apparel	4.19	4.40	5.57	4.30 5.34		
9	Millinery	3.16	2.63	4.79	4.34		
10	Women's and girls' hosiery	4.25	5.33	5.04	6.52		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.92	3.88	4.84	5.15		
12	Women's, misses' and children's footwear	4.06	3.72	4.40	4.82		
13	Men's clothing	5.94	4.94	6.63	5.44		
14	Men's furnishings	4.73	2.95	4.75	3.21		
15	Boys' clothing and furnishings	3.82	3.69	2.91	4.23		
16	Men's and boys' footwear	5.47	4.43	5.49	4.68		
17	Food and kindred products	1.65	1.86	2.46	2.53		
18 19	Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies	4.13	4.09	5.09	5.49		
20	Piece goods	5.55 6.33	4.53 7.40	5.65 7.84	5.06 8.46		
21	Linens and domestics	5.70					
22	Smallwares and notions	6.77	5.12 7.13	6.83 7.14	6.59 8.94		
23	China and glassware	6.67	7.67	8.43	9.12		
24	Floor coverings	5.47	5.32	6.54	6.81		
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.11	5.09	5.25	5.90		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.30	8.40	6.98	7.85		
27 28	Furniture	3.56	2.92	4.29	3.74		
28	Major appliances Television, radio and music	2.71	1.68	2.55	1.76		
30	Housewares and small electrical appliances	5.73 6.07	4.39 6.19	7.64 6.74	6.54 6.82		
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.						
32	Plumbing, heating and building materials	3.82 6.32	3.65	4.18	4.74		
33	Jewellery	7.06	5.95 7.16	5.12 8.94	5.62 8.66		
34	Toys and games	7.66	7.34	8.00	7.83		
35	Sporting goods and luggage	5.20	4.19	5.80	4.94		
36	Stationery, books and magazines	6.14	5.94	6.36	6.84		
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.20	5.51	6.15	7.00		
38	Meals and lunches			0.10			
39 40	Repairs and services	••		0.01	~		
40	All other departments	2.05	2.25	1.89	2.18		
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.28	3.92	4.63	4.60		

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

Ş	Sales-stock/Vente	es-stocks			
1990		1991		Rayon	
May	June	May	June	· Ayon	
Mai	Juin	Mai	Juin		No
0.26	0.26	0.27	0.25	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.26 0.28	0.21 0.28	0.23 0.28	0.18 0.26	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles	2 3
0.26	0.24	024	0.21	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.21 0.24	0.21 0.23	0.21 0.23	0.18 0.22	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames	6 7
0.20	0.23	0.18	0.19	Sous-vêtements	8
0.30 0.23	0.34	0.20	0.22	Chapeaux Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.24	0.20	0.18	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.24	0.25	0.22	0.19	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.16	0.19	0.15	0.17	Vêtements pour hommes	13
0.21	0.30 0.25	0.22	0.29	Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	14
0.18	0.21	0.18	0.20	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.55	0.58	0.40	0.39	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.24	0.20	0.18	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques	18
0.15	0.14	0.13	0.12	Tissus à la pièce	19
0.18	0.19	0.15	0.15	Literie et linge de maison	21
0.15 0.15	0.14	0.14	0.12	Menus articles	22
0.15	0.13	0.12 0.15	0.11	Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher	23
0.20	0.20	0.19	0.17	Tentures, rideaux et housses	25
0.12	0.12	0.15	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	26
0.28	0.33	0.23	0.26	Meubles	27
0.37	0.56 0.23	0.39	0.52	Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique	28
0.16	0.16	0.15	0.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.26	0.27	0.24	0.21	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.16	0.17	0.19	0.18	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.14	0.14	0.11	0.11	Bijouterie Jouets et jeux	33
0.19	0.23	0.18	0.19	Articles de sport et valises	35
0.17	0.18	0.16	0.15	Papeterie, livres et revues	36
0.19	0.18	0.17	0.15	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
***			•••	Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation	38
0.49	0.42	0.54	0.45	Tous autres rayons	40
0.23	0.25	0.22	0.21	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Cariada, 1000 a 100				
Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	10%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+0.4 +2.1 +0.8 +0.3 +1.1 +1.2 +0.6 +1.2 +1.2 +0.8 +5.3 +4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+0.1 +1.1 +1.2 -0.1 +1.3 +1.1 -0.9 +0.4 -0.7 +0.5 +0.3
1989				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+3.9 +2.0 -0.5 +3.7 +3.5 +2.2 +3.5 +3.4 +5.7 +7.8 +5.3 +3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+1.1 +1.2 -3.7 +4.4 +0.2 -0.6 +1.2 -1.2 +2.1 +2.1 +2.0 -1.6 -0.7
1990				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juiln July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 + 1.9 -2.0 + 1.9 -0.6 + 0.7 + 1.1 + 1.8 + 0.7 -0.2 + 0.5
January - Janvier	2 000 040	2.0	4.550.500	7.0
February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133	-3.6 -1.7 +0.4 +2.6 +4.3 +4.7	4,556,526 4,757,605 4,847,027r 4,893,770r 4,997,449r 5,063,204p	-7.6 +4.4 +1.9r +1.0r +2.1r +1.3p

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés January - Janvier	2 202 046	0.045.707	0.707.000		
February - Février	2,803,816 2,657,810	3,045,737 2,919,811	2,787,986 2,696,628	-12.5 -1.0	-8.5 -7.6
March - Mars	2,619,226	2,844,984	2,729,883	+1.2	-4.0
April - Avril	2,648,197	2,850,701	2,916,668	+6.8	+2.3
May - Mai	2,616,193	2,846,451	2,988,426	+2.5	+ 5.0
June – Juin July – Juillet	2,723,806	2,874,908	3,061,188	+2.4	+ 6.5
August - Août	2,674,141 2,669,817	2,812,164 2,786,793			
September - Septembre	2,774,958	2,900,514			
October - Octobre	2,844,046	2,962,871			
November - Novembre December - Décembre	2,972,039 3,250,429	3,124,800 3,185,972			
	millions of do	ollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,651.0	2.897.0	2,668	-5.3	-7.9
February - Février	2,665.0	2,944.0	2,727	+2.2	-7.4
March - Mars	2,687.0	2,924.0	2,849r	+4.5r	-2.6r
April – Avril	2,718.0	2,927.0	2,993r	+ 5.0r	+ 2.3r
May - Mai	2,732.0	2,961.0	3,060r	+ 2.3r	+3.3r
June – Juin	2,821.0	2,967.0	3,106p	+ 1.5p	+4.7p
July – Juillet August – Août	2,831.0	2,962.0			
September - Septembre	2,830.0 2,808.0	2,943.0			
October - Octobre	2,814.0	2,933.0 2,928.0			
November - Novembre	2,834.0	2,981.0			
December - Décembre	2,872.0	2,818.0			

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



# Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling he "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the ndustry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of ousinesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not neeting the department store definition are classified o the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are ocated for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not dentified to the public by any name which differs rom that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is is follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of nass merchandising activity in Canada) together with ts concessions, if any, is considered to be a totality; hat is, it competes in the market place as one tructure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the cales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected netropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and hose for the two previous years, as well as, abulations on market share of total retail trade held

# Appendice I

#### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

#### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

#### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le **nombre de jours commerciaux** sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

# Appendix II

# List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### **Junior Department Store Organizations**

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgamated with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - June Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Juin

	Response rate <sup>1</sup> Taux de réponse <sup>1</sup>		Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.9	91.7	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		91.7	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		91.7	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		100.0	100.0

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

# TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990		1991	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	5	26	5
April - Avril	24	4	26	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	5	26	5
July - Juillet	25	4	26	4
August - Août	27	4	26	5
September - Septembre	24	5	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	4	26	5
December - Décembre	25	5	25	4

#### SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

#### rade Section, industry Division, Statistics Canada.

#### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

## CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

#### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

 $N^{\circ}$  11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

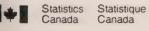
# **~**

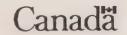
# ORDER FORM

## Statistics Canada Publications

MAIL TO: FAX TO: (613) 951-1584 Publication Sales Statistics Canada This fax will be treated as an original order. Please do not			METHOD OF PAYMENT						
			Purchase Order Number (please enclose)						
Ottawa, Ontario, K1A 0T6	send confirmation.		Payment enclo	sed			\$		
(Please print)			Bill me later (m	nax. \$500)					
Company		Char	ge to my:		MasterCa	ard	□ VI	SA	
Department			A annual Alumba						
			Account Numb			<del></del>			
Address		1	Expiry Date		لللل				
	Province		ature						
Postal Code	Tel	Clien	t Reference Nu	ımber					
Catalogue	Title		Required		al Subsc Book Pr		Qty	Total	
Number			Issue	Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$	Gity	\$	
-									
					s	UBTOTAL		·	
Canadian customers add 7% Goo	ods and Services Tax.				C	SST (7%)			
	plied to the price of the publication and no	t to the	total amount w	hich	GR	AND TOTA	L		
	e made payable to the Receiver General for d other countries pay total amount in US for				n clients	pay in Can	adian fu	nds.	
For faster service	1-800-267-667	7 7	•	,	/ISA and	MasterCa Accour		PF 03681 1991-01	

Version française de ce bon de commande disponible sur demande







# **BON DE COMMANDE**

# Publications de Statistique Canada

		, ,		_						
POSTEZ /	A : s publications		Z À: (613) 951-1584	MO	DALITÉS DE					
Statistiqu	ie Canada	Le bon télécopie commande origi	é tient lieu de inale. Veuillez ne		Numéro d'ordr	re d'achat (	(inclure s	.v.p.)		
Ottawa (C	Ontario) K1A 0T6	pas envoyer de			Paiement inclu	ıs				
(En caractère	es d'imprimerie s.v.p.)				Envoyez-moi la	a facture p	lus tard (n	nax. 500 \$	)	
Entreprise				4	ez à mon con				_	ISA
Service										37
À l'attention	de			i	Nº de compte	نــا	111		111	111
Adresse					Date d'expiration	on	1.1.1			
Ville		Pro	vince	Signa	ature					
Code postal		Tél.			éro de référenc					
						Abor	nement a	nnuel		
Numéro au		Titro	0		Édition		de la pub			
catalogue		1101	6		demandée	Canada	États-	Autres	Qté	Total \$
						\$	Unis \$ US	pays \$ US		\$
								0.00		
								TOTAL		
Les clients ca	nadiens ajoutent la ta	xe de 7 % sur l	es produits et services.				TO	PS (7 %)		
Veuillez noter	que les réductions s'	annliquest ou s	riv doe oublie-ti					3 (7 %)		
pouvant inclur	e des frais de port et	de manutention	rix des publications et non particuliers et la TPS.	au tota	general; ce de	ernier	TOTA	L GÉNÉR	AL	
Le chèque ou canadiens; les	mandat-poste doit êti s clients à l'étranger p	re fait à l'ordre daient le montant	du Receveur général du C t total en dollars US tirés s	anada ur une	<ul> <li>Publications banque améric</li> </ul>	s. Les clie	nts canad	iens paient	en doll	ars
Pour un serv apide, comp	rice plus		1-800-267-6677					tes VISA MasterCa	rd	PF 03681
This order cou	ipon is available in Er	odish upon requi	unot .							1991-01



Statistics Canada



## Get the Facts On Canadian Manufacturing

PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS is the most comprehensive listing of the values and quantities of over 4500 commodities shipped by Canadian manufacturing firms.

The report provides a comparative analysis of all products manufactured in Canada for the years 1984, 1985, and 1986. It enables manufacturers, research consultants, trade and other organizations to evaluate their competitive position in the market place as well as to obtain an overview of the manufacturing sector.

Commodities listed range from hydraulic turbines to plastic drinking straws to pasta.

This is the last issue to use the Industrial Commodity Classification and includes provincial data for 1986.

Order your copy of **PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS** (Cat. No. 31-211), \$60 in Canada and US \$72 in other countries, by writing to:

Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario K1A 0T6

or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre. For faster service, call toll-free and use your VISA or Master-Card. 1-800-267-6677

## Renseignez-vous sur les produits fabriqués au Canada

La publication intitulée PRODUITS LIVRÉS PAR LES FABRICANTS CANADIENS constitue la liste la plus exhaustive de la valeur et de la quantité de plus de 4 500 produits expédiés par les entreprises de fabrication canadiennes.

Le rapport fournit une analyse comparée de tous les produits fabriqués au Canada en 1984, 1985 et 1986. Il permet aux fabricants, aux experts-conseils en recherche et aux organismes commerciaux et autres d'évaluer leur place concurrentielle sur les marchés ainsi que d'obtenir un aperçu du secteur manufacturier.

Les produits énumérés vont des turbines hydrauliques aux pâtes alimentaires, en passant par les pailles en plastique.

Il s'agit du dernier numéro à se servir de la classification des produits industriels; il comprend des données provinciales pour 1986.

Pour commander votre exemplaire de PRODUITS LIVRÉS PAR LES FABRICANTS CANADIENS (n° 31-211 au catalogue), à raison de 60 \$ au Canada et de 72 \$ US dans les autres pays, veuillez écrire à :

Vente de publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Vous pouvez également communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. Pour un service plus rapide, composez sans frais le 1-800-267-6677 et servezvous de votre carte VISA ou MasterCard.

PICK A TOPIC... ANY TOPIC

CHOISISSEZ UN SUJET...
N'IMPORTE LEQUEL

ow a redesigned Statistics
Canada Catalogue will
simplify your search for the most
up-to-date or historic facts. An
expanded and improved keyword
index, cross-referencing, increased
subject detail and listings by geographical area
provide easy access to hundreds of Statistics Canada
products and services.

☐ Know the topic but not the "official title"? No matter how wide or narrow the topic – or how little you know about it – you'll appreciate how quickly the cross-referencing leads you to the right source.

☐ You'll find sources of key statistics like consumer price indexes, import/export figures, or population characteristics down to the village level. From the most popular topics of the day like employment, income, trade and education to more detailed research studies like mineral products shipped from Canadian ports or Caribbean immigrants in urban areas... you'll find it all.

☐ This expanded edition of the Statistics Canada Catalogue includes descriptions of our full range of services – from publications and maps to microdata files and diskettes. And, many of our electronic product listings include the name and phone number of a contact within Statistics Canada giving you a direct line to more detailed information.

☐ As always, you'll find sections on how to get more help... on-line search techniques in libraries... discount and order information... and the locations of our Reference Centres. You'll especially appreciate that this year's Catalogue is bound in a durable, plasticized cover to withstand intensive use.

☐ For ease and completeness in your information search get the Statistics Canada Catalogue (cat. # 11-204E) for \$13.95 in Canada, US\$17 in the U.S. and US\$20 in other countries. To order your copy write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, KIA 0T6 or you can FAX your order to (613) 951-1584. For faster service using VISA or MasterCard, call toll-free:

1-800-267-6677.

orénavant le Catalogue de Statistique Canada amélioré simplifiera vos recherches de données récentes ou historiques. Son index revu et augmenté comprend des renvois, des sujets plus détaillés et des références géographiques vous permettant d'accéder rapidement à des centaines de produits et de services de Statistique Canada.

☐ Vous connaissez le sujet sans connaître le terme technique ? Peu importe si le sujet est général ou spécifique, vous apprécierez l'accès rapide que vous procure les renvois.

□ Vous repérerez facilement les sources de statistiques essentielles comme l'indice des prix à la consommation, les importations – exportations ou encore, les caractéristiques de la population jusqu'à l'échelle des villages. Des sujets populaires du jour tels l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation jusqu'aux études plus spécifiques comme les produits minéraux expédiés à partir des ports canadiens ou les immigrants antillais dans les régions urbaines, vous trouverez tout!

L'édition augmentée du Catalogue de Statistique Canada contient bien plus encore. Elle présente en détail notre gamme complète de services, depuis les publications et les cartes jusqu'aux disquettes et fichiers de microdonnées. Plusieurs descriptions de nos produits informatiques incluent le numéro de la personneressource à Statistique Canada. Vous obtenez donc une voie plus directe avec le service de votre choix.

☐ Comme toujours, le catalogue contient des sections concernant la façon d'obtenir de l'assistance, les recherches bibliographiques automatisées, les réductions offertes, le guide de commande et l'adresse de nos centres régionaux de consultation. Par ailleurs, vous serez heureux d'apprendre que, cette année, la couverture du catalogue est plastifiée pour résister à un usage fréquent.

□ Pour obtenir rapidement la source d'information la plus complète qui soit concernant nos produits, procurez-vous le Catalogue de Statistique Canada (n° 11-204F au catalogue) au prix de 13,95 \$ au Canada, 17 \$ US aux États-Unis et 20 \$ US dans les autres pays. Pour commander votre exemplaire, écrivez à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, télécopiez votre commande au 1-613-951-1584 ou utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez le numéro sans frais :

1-800-267-6677.



# Department store sales and stocks

July 1991



# Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1991





#### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

#### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by	
NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

#### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

#### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

#### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-B	runswick
et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud	
et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la	<b>-</b>
NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la	
NorthwesTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-3028

#### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

July 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Juillet 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1991

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

December 1991

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1991

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Décembre 1991

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 7

ISSN 0380-7045

Ottawa

## **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

#### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

#### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

# Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

#### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

# **Table of Contents**

# Table des matières

		Page		Page
Higi	hlights	5	Points saillants	5
Tab	ie		Tableau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	<ol> <li>Ventes mensuelles des grands magasins, no désaisonnalisées et désaisonnalisés, par ray Canada, 1990-1991</li> </ol>	on on,
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grand magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991</li> </ol>	s 10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grand magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991</li> </ol>	s 12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991</li> </ol>	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991</li> </ol>	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	<ol> <li>Ventes et parts de marché des grands maga par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991</li> </ol>	sins I 17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	<ol> <li>Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-19</li> </ol>	91 19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	<ol> <li>Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayo Canada, 1990-1991</li> </ol>	n, 20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Cana 1988 à 1991</li> </ol>	ada, 22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin	du 23

# TABLE OF CONTENTS - Concluded TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Pag
App	endix		Appendice	
1.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	2:
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	2
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	2
Text	Table		Tableau explicatif	
I.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	2
II.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	3(

# **Highlights**

#### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,090 million in July 1991, a gain of 0.2% over the previous month's revised total of \$1,088 million.
- The 0.2% increase in July, followed a marginal decline of 0.1% in June and a gain of 1.5% in May. Department store sales have shown a generally rising trend since February 1991.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,022 million at the end of July, a decline of 0.7% from the June 1991 revised value of \$5,059 million. This drop followed an increase of 1.3% in June 1991.
- The ratio of stocks to sales stood at 4.61:1 in July, a decline from the 4.65:1 ratio observed in June.

## Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour juillet 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,090 millions, soit une hausse de 0.2%, par rapport à l'estimation révisée de juin (\$1,088 millions).
- La hausse de 0.2% en juillet fait suite à une baisse marginale de 0.1% en juin et d'un gain de 1.5% en mai. Les ventes des grands magasins ont démontré une tendance généralement à la hausse depuis février 1991.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une baisse de 0.7% par rapport au mois précédent (\$5,059 millions, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de juillet 1991 à \$5,022 millions. Cette baisse fait suite à une hausse de 1.3% en juin 1991.
- Le rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.61:1 en juillet, une diminution comparativement au rapport de 4.65:1 observé en juin.

#### Note to Users

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

#### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle étai incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% s l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjust	ed - Non désa	isonnalisées	
		15	990	1	991	Change Variation
	Department	June	July	Juir	Juillet	July 1991/1990
No.		Juin	Juillet	Juir	Juillet	Juillet 1991/1990
INU.			thousand	s of dollars		per cent
			milliers	de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	15,207	11,592	13,799	11,294	-2.6
2 3 4	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	6,596 92,160	5,543 73,803	5,580 83,226		-11.5 -6.2
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	404 41,747	449 38,600	37,293	37,611	-2.6
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	14,075 18,077 18,952 1,377 12,036	12,636 16,889 16,104 1,211 8,690	11,254 16,022 19,139 1,047	15,450 17,183 971	-11.3 -8.5 +6.7 -19.8
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	15,366	12,243	10,594 13,589	8,444	-2.8 -5.2
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	29,519 20,309 93,928 16,534	21,936 14,297 61,898 13,691	24,776 18,033 87,792 13,412	20,319 12,887 56,455 12,086	-7.4 -9.9 -8.8
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	17,231 23,836 70,170 11,302 2,680	12,116 24,579 63,078 11,098 2,276	15,309 19,943 62,897 10,367 2,344	11,283 19,723 61,035 10,690 2,162	-11.7 -6.9 -19.8 -3.2 -3.7
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	46,888 8,642 15,628 13,434 16,526	48,189 8,488 16,122 11,818 15,378	42,123 7,618 13,985 10,071 13,277	48,201 8,409 13,917 10,198	-5.0 -0.9 -13.7 -13.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,406	8,847	8,976	13,968 9,069	-9.2 + 2.5
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	66,518 58,409 51,879 36,977	57,923 45,889 42,244 38,890	55,458 48,858 40,787 34,188	52,320 42,811 37,396 42,228	-9.7 -6.7 -11.5 +8.6
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	47,246 12,841 22,535 22,668 59,147	37,394 11,936 19,554 21,693	42,702 9,300 20,615 20,267	35,112 10,288 17,962 20,321	-6.1 -13.8 -8.1 -6.3
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, renairs	28,402 12,647	47,317 25,786 12,295	55,919   25,755 10,532	44,215   24,143	-6.6 -6.4
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	20,789 31,051 55,267	19,311 28,614	18,241 28,180	11,955 18,334 26,756	-2.8 -5.1 -6.5
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,158,406	47,895 <b>988,304</b>	58,649   1,031,917	51,884 <b>934,038</b>	+ 8.3 - <b>5.5</b>
To	tal department store color and de		,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	334,036	•3.3

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

		Change Variation		1991		
	Rayon	July/ June 1991	July <sup>p</sup>	June <sup>r</sup>	May <sup>r</sup>	April <sup>r</sup>
		Juillet/ Juin 1991	Juillet <sup>p</sup>	Juin <sup>r</sup>	Mai <sup>r</sup>	Avril
		per cent		of dollars	thousands	
		pourcentage		dollars	milliers de	
	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles		12,209	12,207	12,677	11,471
s	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures	+ 2.0 + 0.2	15,072 79,290	14,772 79,122	15,173 83,168	14,745 76,257
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	+3.5	47,182	45,606	46,926	44,634
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes	+ 1.3 -2.3 + 0.5 + 0.3 + 1.9	15,941 19,478 18,087 1,560 13,866	15,737 19,933 17,990 1,556 13,602	15,809 19,467 17,900 1,488 13,631	14,996 18,155 15,778 1,376 12,957
s	Gants, moufles et articles de parure pour dames	+0.5	17,765	17,676	17,484	17,531
	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	+3.4 -2.6 -2.7 +1.1	26,863 20,278 74,195 17,950	25,978 20,826 76,223 17,752	27,177 20,667 75,336 18,628	25,622 20,910 72,692 17,629
	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	-0.3 -3.6 +0.9 +1.8 -0.3	14,714 25,847 74,652 10,625 2,611	14,751 26,806 74,019 10,436 2,617	14,389 26,406 75,220 10,345 2,551	14,941 21,315 74,657 10,946 2,521
	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	+2.6 +3.2 -4.8 +4.3 +1.9	45,159 10,135 16,417 10,724 12,741	44,023 9,821 17,239 10,279 12,499	44,212 9,938 16,500 10,605 12,936	43,196 9,789 16,441 10,643 13,142
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	-0.4	10,551	10,590	11,305	10,359
es	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	+ 0.6 + 2.0 -2.2 + 6.0	48,156 42,731 49,038 44,818	47,887 41,892 50,143 42,293	48,835 42,626 49,104 40,285	51,062 45,583 48,191 44,817
	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie Jouets et jeux Articles de sport et valises	+ 0.8 + 8.0 -2.0 -0.4 -2.8	33,865 8,657 22,974 31,882 41,359	33,588 8,020 23,442 32,004 42,550	34,587 8,523 22,750 32,403 42,455	34,074 8,432 22,730 30,295 40,630
	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,	-1.3 +7.4	32,773 12,285	33,214 11,441	32,436 11,401	32,551 11,831
	réparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons	+ 0.2 -3.2 -1.6	19,825 26,035 60,037	19,783 26,888 61,024	19,877 25,896 57,561	19,602 25,506 59,387
	TOTAL, TOUS RAYONS	+ 0.2	1,090,224	1,088,306	1,088,988	,073,202

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	1990-1991						
No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
INU.			thousa	ands of dollars -	milliers de dolla	are.	
	Major department stores		liiouse	ands of donars	Trimers de dona	215	
1	1990 June	653,950	x	x	13,242	x	122,357
2	July	539,247	x	x	10,845	x	94,310
3	January-July	3,863,563	x	x	74,164	x	695,336
4	1991 June	579,802	x	x	11,782	x	101,975
5	July	510,423	x	x	10,513	x	89,362
6	January-July	3,457,735	x	x	67,608	x	611,071
	Percentage change						
7	July 1991/1990	-5.3	×	x	-3.1	x	-5.2
8	January-July 1991/1990	-10.5		x	-8.8	x	-12.1
	Junior department stores						
9	1990 June	504,456	x	x	24,775	x	100,746
10	July	449,057	x	x	21,315	x	87,485
11	January-July	3,046,177	x	x	145,080	x	615,726
12	1991 June	452,115	x	x	22,041	x	90,991
13	July	423,615	x	x	20,232	x	83,798
14	January-July	2,838,890	x	x	135,541	x	577,915
	Percentage change						
15	July 1991/1990	-5.7	×	x	-5.1	x	-4.2
16	January-July 1991/1990	-6.8		x	-6.6	x	-6.1
	Total, all department stores						
17	1990 June	1,158,406	16,316	6,976	38,018	25,427	223,104
18	July	988,304	14,459	6,973	32,160	21,344	181,795
19	January-July	6,909,740	92,579	43,719	219,246	144,910	1,311,064
20	1991 June	1,031,917	14,704	4,387	33,823	22,861	192,966
21	July	934,038	13,447	4,160	30,745	20,172	173,160
22	January-July	6,296,624	86,502	27,709	203,148	134,950	1,188,986
	Percentage change						
23	July 1991/1990	-5.5	-7.0	-40.3	-4.4	-5.5	-4.7
24	January-July 1991/1990	-8.9	-6.6	-36.6	-7.3	-6.9	-9.3

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie-	Genre de grand magasin	
				Britannique		No
1	thousands	of dollars - milliers	de dollars			
074 440					Grands magasins traditionnels	
271,412 217,454 1,586,813	27,668 23,487 168,832	X X X	82,042 73,806 504,568	108,657 96,055 670,877	1990 Juin Juillet Janvier-juillet	1 2 3
245,803 199,228 1,387,083	23,259 22,039 148,837	. x x x	73,784 70,199 465,531	98,588 97,427 632,359	1991 Juin Juillet . Janvier-juillet	4 5 6
					Variation procentuelle	
-8.4 -12.6	-6.2 -11.8	×	-4.9 -7.7	+ 1.4 -5.7	Juillet 1991/1990 Janvier-juillet 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
209,359 186,996 1,266,269	21,895 18,209 128,606	x x x	43,290 39,130 264,080	50,706 47,980 309,068	1990 Juin Juillet Janvier-juillet	9 10 11
188,331 174,632 1,187,092	19,077 17,023 116,770	x x x	39,727 38,036 249,454	45,660 47,041 289,131	1991 Juin Juillet Janvier-juillet	12 13 14
					Variation procentuelle	
-6.6 -6.3	-6.5 -9.2	x x	-2.8 -5.5	-2.0 -6.5		15 16
					Ensemble des grands magasins	
480,771 404,450 2,853,082	49,563 41,696 297,438	33,536 28,456 199,112	125,332 112,937 768,649	159,363 144,035 979,944	1990 Juin Juillet Janvier-juillet	17 18 19
434,134 373,859 2,574,175	42,336 39,062 265,607	28,948 26,731 179,070	113,511 108,235 714,986	144,248 144,467 921,490	1991 Juin Juillet Janvier-juillet	20 21 22
					Variation procentuelle	
-7.6 -9.8	-6.3 -10.7	-6.1 -10.1	-4.2 -7.0		Juillet 1991/1990 Janvier-juillet 1991/1990	23 24

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréa
			thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1	1990 June	33,717	36,743	x	24,007	77,589
2	July	30,360	33,666	x	18,315	59,372
3	January-July	210,603	226,874	x	140,651	448,637
4	1991 June	29,459	33,166	x	22,924	64,947
5	July	27,691	32,262	x	19,177	56,469
6	January-July	188,878	209,534	x	127,710	385,703
	Percentage change					
7	July 1991/1990	-8.8	-4.2	x	+4.7	-4.9
8	January-July 1991/1990	-10.3	-7.6	x		-14.0
	Junior department stores					
9	1990 June	13,830	17,609	x	10,171	42,884
10	July	12,365	15,885	x	9,010	36,104
11	January-July	83,926	107,794	x	62,030	262,762
12	1991 June	10,517	14,505	x	8,334	35,792
13	July	11,631	15,326	x	8,125	33,230
14	January-July	73,801	99,814	x	56,742	238,114
	Percentage change		:			
15	July 1991/1990	-5.9	-3.5	x	-9.8	-8.0
16	January-July 1991/1990	-12.1	-7.4	x	-8.5	-9.4
	Total, all department stores					
17	1990 June	47,547	54,352	20,581	34,177	120,473
18	July	42,724	49,551	17,406	27,325	95,475
19	January-July	294,527	334,669	119,708	202,680	711,399
20	1991 June	39,976	47,671	16,663	31,258	100,739
21	July	39,322	47,588	15,183	27,302	89,700
22	January-July	262,679	309,349	103,573	184,451	623,818
	Percentage change					
23	July 1991/1990	-8.0	-4.0	-12.8	-0.1	-6.0
24	January-July 1991/1990	-10.8	-7.6	-13.5	-9.0	-12.3

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1990

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
	thousands o	of dollars - milliers de	dollars			11/
					Grands magasins traditionnels	
32,108 25,984 184,769	x x x	129,680 105,991 776,914	70,191 61,588 435,819	x x x	1990 Juin Juillet Janvier-juillet	1 2 3
28,369 24,512 169,848	x x x	125,077 95,493 676,996	63,888 63,028 407,113	x x x	1991 Juin Juillet Janvier-juillet	4 5 6
					Variation procentuelle	
-5.7 -8.1	x x	-9.9 -12.9	+2.3	. x	Juillet 1991/1990 Janvier-juillet 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
22,257 19,248 137,805	x x x	57,447 52,466 350,547	17,485 16,210 107,656	x x x	1990 Juin Juillet Janvier-juillet	9 10 11
19,100 17,753 127,702	x x x	48,051 48,119 318,336	14,098 15,360 95,500	x x x	1991 Juin Juillet Janvier-juillet	12 13 14
					Variation procentuelle	
-7.8 -7.3	×	-8.3 -9.2	-5.2 -11.3	x x	Juillet 1991/1990 Janvier-juillet 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
54,365 45,232 322,573	31,635 26,259 183,672	187,126 158,457 1,127,457	87,676 77,798 543,475	43,840 36,938 265,388	1990 Juin Juillet Janvier-juillet	17 18 19
47,468 42,265 297,547	25,933 24,445 162,260	173,129 143,612 995,332	77,986 78,388 502,612	35,968 34,488 234,071	1991 Juin Juillet Janvier-juillet	20 21 22
					Variation procentuelle	
-6.6 -7.8	-6.9 -11.7	-9.4 -11.7	+ 0.8 -7.5		Juillet 1991/1990 Janvier-juillet 1991/1990	23 24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
				number -	nombre		
	Major department stores		1	1			1
1	1990 June July	323 324	2 2	1	10 10	. 5	52 52
3	1991 June July	334 332	3	1	11 11	5	56 55
	Junior department stores						
5 6	1990 June July	548 547	16 16	5	29 29	25 25	106 106
7 8	1991 June July	555 555	16 16	5 5	30 30	25 25	110 110
	Total, all department stores				į		
9 10	1990 June July	871 871	18 18	6	39 39	30	158 158
11 12	1991 June July	889 887	19 19	6	41 41	30 30	166 165

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores				1	ļ
1 2	1990 June July	14 14	<sup>'</sup> 22 22	6	12 12	29 29
3	1991 June July	14 14	22 22	6	14 15	31 30
	Junior department stores					
5 6	1990 June July	13 13	17 17	11 11	10 10	41
7 8	1991 June July	13 13	17 17	10	11 11	41 41
	Total, all department stores					
9 10	1990 June July	27 27	39 39	17	22 . 22 .	70 70
11 12	1991 June July	27 27	39 39	16 16	25 26	70 72 71

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
		number - nombre				14
,		namber - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
128	13	13	48	51	1990 Juin	1
129	13	13	48	51	Juillet	2
132	13	12	49	52	1991 Juin	3
131	13	12	49	52	Juillet	4
					Grands magasins populaires	
220	23	22	45			
219	23	22	45	57 57	1990 Juin Juillet	5
220	23	22	46	58	1991 Juin	
220	23	22	46	58	Juillet	7 8
					Same	0
					Ensemble des grands magasins	
348	36	35	93	108	1990 Juin	9
348	36	35	93	108	Juillet	10
352 351	36	34	95	110	1991 Juin	11
351	36	34	95	110	Juillet	12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No	
		number - nombre					
					Grands magasins traditionnels		
13 14	7 7	52 52	27 27	12 12	1990 Juin Juillet	1 2	
15 15	7 7	55 54	29 29	12 12	1991 Juin Juillet	3 4	
					Grands magasins populaires		
22 21	13 13	58 58	17 17	17 17	1990 Juin Juillet	5 6	
. 21 21	13 13	59 60	17 17	17 17	1991 Juin Juillet	7 8	
					Ensemble des grands magasins		
35 35	20 20	110 110	44 44	29 29	1990 Juin Juillet	9	
36 36	20 20	114 114	46 46	29 29	1991 Juin Juillet	11 12	



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
Period	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires		
Période							
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7	
1990							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3 56.4	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7 43.6	
1991							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917 934,038	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850 579,802 510,423	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2 54.6	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115 423,615	44.5 45.9 44.1 46.0 45.9 43.8 45.4	

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-July - Janvier-juillet

	Department	Sales - Ventes		Change 1991/1990
		1000	1001	
	Rayon	1990	1991	Variation 1991/1990
Vo.				
		thousands of dollars milliers de dollars		per cent
				pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms -	00.040	70.544	40.0
2	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et tailleurs pour	88,640	79,514	-10.3
	dames et jeunes filles	79,847	67,756	-15.1
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et	521 205	402 120	7.4
4	jeunes filles Furs - Fourrures	531,395   7,988	492,128	-7.4
	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour	.,555		***
	bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	286,894	275,787	-3.9
	Girls' and teenage girls' wear – Vêtements de fillettes et d'adolescentes	97,402	83,074	-14.7
	Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements de nuit pour dames	113,634	102,361	-9.9
	Intimate apparel - Sous-vêtements	111,815	113,910	+ 1.9
	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	8,972 84,938	7,050 79,652	-21.4 -6.2
	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	04,900	79,032	-0.2
	et articles de parure pour dames et fillettes	94,685	86,437	-8.7
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	171.050	450.000	
13	jeunes filles et enfants  Men's clothing - Vêtements pour hommes	171,959 125,233	153,200 106,829	-10.9 -14.7
	Men's furnishings – Articles d'habillement pour hommes	440,735	403,399	-8.5
	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garcons	109,233	95,060	-13.0
	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	94,147	84,903	-9.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	181,466	160,628	-11.5
	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	459,928	428,665	-6.8
19	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques	63,954	59,037	-7.7
20 21	Piece goods - Tissus à la pièce Linens and domestics - Literie et linge de maison	18,633 293,356	15,403 269,905	-17.3 -8.0
	Smallwares and notions - Menus articles	62,464	57,835	-7.4
	China and glassware – Porcelaine et verrerie	101,240	90,803	-10.3
	Floor coverings - Revêtements de plancher	85,122	66,125	-22.3
	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	100,021	83,989	-16.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes,	01 110	50.000	
27	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison Furniture - Meubles	61,119 377,479	58,669 314,733	-4.0 -16.6
	Major appliances - Gros appareils ménagers	309,763	264,683	-14.6
1			.,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	
	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	302,161	258,331	-14.5
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	248,724	242,967	2.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	238,359	222,678	-2.3 -6.6
	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie,	250,555	222,070	-0.0
	chauffage et construction	73,544	57,188	-22.2
33	Jewellery – Bijouterie	131,396	116,831	-11.1
35	Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	136,916	130,861 269,107	-4.4
	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	290,661		-7.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence,	179,483	168,039	-6.4
	huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	77,792	70,268	-9.7
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	139,511	125,639	-9.9
39 40	Repairs and services – Services et travaux de réparation	184,260	163,841	-11.1
	All other departments – Tous autres rayons	344,870	369,338	+ 7.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	6,909,740	6,296,624	-8.9

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

		Unadjusted - Non désaisonnalisés					
		19:	90	199	91	Change -	Variation
	Department Rayon	June	July	June	July	July/ June 1991	July 1991/1990
No.		Juin	Juillet	Juin	Juillet	Juillet/ juin 1991	Juillet 1991/1990
		thou	sands of dollar	rs - milliers d	e dollars	per cent -	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers						
	et uniformes pour dames et jeunes filles	52,232	55,378	50,438	49,931	-1.0	-9.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	28,124	46,650	29,174	44,860	+53.8	-3.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	299,146	314,356	289,364	302,059	+4.4	-3.9
5	Furs – Fourrures  Infants' and children's wear and nursery equipment –  Vêtements pour bébés et enfants et articles de	9,630	10,735				
	chambres d'enfants	172,080	203,961	176,898	204,912	+ 15.8	+0.5
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	67,636	91,843	61,113	81,641	+ 33.6	-11.1
7	Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements de nuit pour dames	76,453	81,526	68,881	71,068	+3.2	-12.8
8	Intimate apparel – Sous-vêtements Millinery – Chapeaux	83,345 3,616	84,035 5,694	102,114	102,428	+0.3 -6.7	+ 21.9 + 25.6
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	64,096	69,008	69,071	73,538	+6.5	+6.6
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear – Chaussures	59,604	61,641	69,945	69,234	-1.0	+ 12.3
13	pour dames, jeunes filles et enfants  Men's clothing - Vêtements pour hommes	109,864 100,254	107,639	119,402 98,189	117,061 96,538	-2.0 -1.7	+8.8
14 15	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	276,953	278,772	282,055	286,441	+ 1.6	+2.8
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes	61,023	64,318	56,773	69,897	+23.1	+8.7
17	et garçons Food and kindred products - Produits alimentaires	76,410	69,351	71,642	66,247	-7.5	-4.5
	et connexes	44,392	42,241	50,487	48,142	-4.6	+ 14.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	287,261	281,128	345,405	337,936	-2.2	+20.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	51,156	49,288	52.501	52.085	-0.8	+5.7
20	Piece goods - Tissus à la pièce	19,827	19,930	19,822	19,501	-1.6	-2.2
21	Linens and domestics – Literie et linge de maison  Smallwares and notions – Menus articles	240,242 61,587	231,889 61,761	277,611 68,118	265,582 68,374	-4.3 +0.4	+ 14.5 + 10.7
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie Floor coverings - Revêtements de plancher	119,898	116,586	127,568 68,620	123,037 68,576	-3.6	+5.5
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures,	71,504	68,628			-0.1	
26	rideaux et housses  Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings –  Lampes, tableaux, mirroirs et autres articles	84,050	81,072	78,276	73,583	-6.0	-9.2
27	d'ameublement pour la maison Furniture – Meubles	79,040 194,471	78,618 184,379	70,440 207,357	68,316 192,667	-3.0 -7.1	-13.1 + 4.5
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	98,398	120,157	86,187	89,454	+3.8	-25.6
29 30	Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	227,811	235,239	266,631	267,582 226,168	+0.4	+13.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,	470.000	104.750	202.255	105.000	2.0	
32	papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials - Matériel de	172,336	164,752	202,355	195,696	-3.3	+ 18.8
33	plomberie, chauffage et construction  Jewellery - Bijouterie	76,347 161,314	75,488 162,887	52,271 178,617	51,562 172,610	-1.4 -3.4	-31.7 +6.0
34 35	Toys and games – Jouets et jeux Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	166,491 247,771	182,179 232,717	158,694 276,465	171,240 273,461	+7.9	-6.0 + 17.5
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	168,798	187,192	176,057	191,810	+8.9	+2.5
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile,						
38	réparation et fournitures Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	69,745	66,219	73,685 124	66,315 103	-10.0 -16.9	+0.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparations	99	101	185	252	+ 36.2	
40	All other departments - Tous autres rayons ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	124,624 4,536,523	114,014 4,630,744	127,815 4,748,133	117,271 4, <b>781</b> ,413	-8.2   + <b>0.7</b>	+ 2.9
	TOTAL TOTAL TOTAL	4,000,023	1,000,144	1,1 13,100	1,.01,110	. 0.7	. 0.0

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991

		Stock-sales/Stocks-ventes					
	Department	1990		1991			
	Department	June	July	June	July		
No.		Juin	Juillet	Juin	Juille		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.43	4.78	3.66	4.42		
2	Women's and misses' coats and suits	4.26	8.42	5.23	9.15		
3	Women's and misses' sportswear	3.25	4.26	3.48	4.36		
4	Furs	0.20		0.70	4.00		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.12	5.28	4.74	5.45		
6	Girls' and teenage girls' wear	4.81	7.27	5.43	7.29		
7	Lingerie and women's sleepwear	4.23	4.83	4.30	4.60		
8	Intimate apparel	4.40	5.22	5.34	5.96		
9	Millinery	2.63	4.70	4.34	4.36		
10	Women's and girls' hosiery	5.33	7.94	6.52	8.71		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3.88	5.03	5.15	5.97		
12	Women's, misses' and children's footwear	3.72	4.91	4.82	5.76		
13	Men's clothing	4.94	7.55	5.44	7.49		
14	Men's furnishings	2.95	4.50	3.21	5.07		
15	Boys' clothing and furnishings	3.69	4.70	4.23	5.78		
16	Men's and boys' footwear	4.43	5.72	4.68	5.87		
17	Food and kindred products	1.86	1.72	2.53	2.44		
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.09	4.46	5.49	5.54		
19	Photographic equipment and supplies	4.53	4.44	5.06	4.87		
20	Piece goods	7.40	8.76	8.46	9.02		
21	Linens and domestics	5.12	4.81	6.59	5.51		
22	Smallwares and notions	7.13	7.28	8.94	8.13		
23	China and glassware	7.67	7.23	9.12	8.84		
24	Floor coverings	5.32	5.81	6.81	6.72		
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.09	5.27	5.90	5.27		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.40	8.89	7.85	7.53		
27	Furniture	2.92	3.18	3.74	3.68		
28	Major appliances	1.68	2.62	1.76	2.09		
29	Television, radio and music	4.39	5.57	6.54	7.16		
30	Housewares and small electrical appliances	6.19	5.69	6.82	5.36		
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3.65	4.41	4.74	5.57		
32	Plumbing, heating and building materials	5.95	6.32	5.62	5.01		
33	Jewellery	7.16	8.33	8.66	9.61		
34 35	Toys and games	7.34	8.40	7.83	8.43		
33	Sporting goods and luggage	4.19	4.92	4.94	6.18		
36	Stationery, books and magazines	5.94	7.26	6.84	7.94		
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.51	5.39	7.00	5.55		
38	Meals and lunches				0.01		
39	Repairs and services	**			0.01		
40	All other departments	2.25	2.38	2.18	2.26		
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.92	4.69	4.60	5.12		

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

June July June July  Juin Juillet Juin Juillet
June July June July Juin Juillet Juin Juillet
0.26 0.22 0.25 0.23 Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et 1
jeunes filles
0.21 0.15 0.18 0.13 Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles 2 0.28 0.24 0.26 0.23 Vêtements sports pour dames et jeunes filles 3
Total Total Dod Openio Podi Garles Miles
0.24 0.21 0.21 0.20 Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants 5
0.21 0.16 0.18 0.16 Vêtements de fillettes et d'adolescentes 6
0.21 0.16 0.18 0.16 Vetements de fillettes et d'adolescentes 6 0.23 0.21 0.22 0.22 Lingerie et vêtements de nuit pour dames 7
0.23 0.19 0.19 0.17 Sous-vêtements 8
0.34 0.26 0.22 0.22 Chapeaux 9
0.19 0.13 0.15 0.12 Bas pour dames et fillettes 10
0.24 0.20 0.18 0.17 Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes 11
0.25 0.20 0.19 0.17 Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants 12
0.19 0.14 0.17 0.13 Vêtements pour hommes 13
0.30
0.25 0.22 0.24 0.19 Vêtements et articles d'habillement pour garçons 15
0.21 0.17 0.20 0.16 Chaussures pour hommes et garçons 16
0.58 0.57 0.39 0.40 Produits alimentaires et connexes 17
0.24 0.22 0.18 0.18 Articles de toilette, cosmétiques et médicaments 18
0.22 0.22 0.20 Appareils et fournitures photographiques 19
0.14 0.11 0.12 0.11 Tissus à la pièce 20
0.19 0.20 0.15 0.18 Literie et linge de maison 21
0.14 0.14 0.12 0.12 Menus articles 22
0.13 0.14 0.11 Porcelaine et verrerie 23
0.19 0.17 0.15 Revêtements de plancher 24
0.20 0.19 0.17 0.18 Tentures, rideaux et housses 25
0.12 0.11 0.13 Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison 26
0.33 0.31 0.26 0.26 Meubles 27
0.56 0.42 0.52 0.49 Gros appareils ménagers 28
0.23         0.18         0.15         0.14         Téléviseurs, radios et musique         29           0.16         0.17         0.15         0.18         Articles de ménage et petits appareils électriques         30
0.27 0.22 0.18 Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.
0.17 0.16 0.18 0.20 Matériel de plomberie, chauffage et construction 32
0.14 0.12 0.11 0.10 Bijouterie 33 0.14 0.12 0.13 0.12 Jouets et jeux 34
0.14
0.18 0.14 0.15 0.13 Papeterie, livres et revues 36
0.18 0.18 0.17 Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures 37
Repas et casse-croûtes 38 Services et travaux de réparation 39
0.42 0.40 0.45 0.42 Tous autres rayons 40
0.25 0.22 0.21 0.20 TOTAL, TOUS RAYONS 41
0.25 0.22 0.21 0.20 TOTAL, TOUS RAYONS 41

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Callada, 1900 a 1991								
Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent				
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois				
	\$'000	%	\$'000	%				
1988								
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+0.1 +1.1 +1.2 -0.1 +1.3 +1.1 -0.9 +0.4 -0.7 +0.5 +0.3				
1989	2 201 020	+30	4 606 218	+1.1				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+3.9 +2.0 -0.5 +3.7 +3.5 +2.2 +3.5 +3.4 +5.7 +7.8 +5.3 +3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+1.1 +1.2 -3.7 +4.4 +0.2 -0.6 +1.2 -1.2 +2.1 +2.0 -1.6 -0.7				
1990	0.074.540		4 700 657					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+2.0 +3.2 +5.1 +2.3 +2.5 +2.8 +3.6 +6.0 +4.6 +3.4 +5.4 +3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 +1.9 -2.0 +1.9 -0.6 +0.7 +1.1 +1.8 +0.7 -0.2 +0.5				
1991	0.000.040	0.0	4.550.506	7.6				
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133 4,781,413	-3.6 -1.7 +0.4 +2.6 +4.3 +4.7 +3.3	4,556,526 4,757,605 4,847,027 4,892,503r 4,994,720r 5,058,924r 5,022,483p	-7.6 +4.4 +1.9 +0.9r +2.1r +1.3r -0.7p				

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted – Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426 3,061,188 3,002,453	-12.5 -1.0 +1.2 +6.8 +2.5 +2.4 -1.9	-8.5 -7.6 -4.0 +2.3 +5.0 +6.5 +6.8
	millions of d	ollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,967.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668 2,727 2,849 2,993r 3,060r 3,106r 3,118p	-5.3 +2.2 +4.5 +5.1r +2.3r +1.5r +0.4p	-7.9 -7.4 -2.6 + 2.3r + 3.3r + 4.7r + 5.3p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.
Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent

exclusivement avec ces magasins.



# Appendix I

### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling he "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the ndustry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of ousinesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not neeting the department store definition are classified o the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales ectivity of department store organizations are lassified to the "General Merchandise Stores" kind f business category.

he business done by concessions located in epartment store outlets is considered as part of the verall business of the outlets in which they are ocated for the purpose of this publication. However, ales of an associated large food department (or tore) are included only if it is an integral part of the verall department store operation and is not dentified to the public by any name which differs om that of the department store with which it is ssociated. The rationale underlying this approach is s follows: for purposes of market research or urban lanning, a department store (the largest type of hass merchandising activity in Canada) together with s concessions, if any, is considered to be a totality; at is, it competes in the market place as one ructure, rather than as a number of smaller stores.

his monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent conths of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the ales and stocks by department. Year-to-date figures the also presented for the sales.

ata on sales are also presented for each type of epartment store, by province and selected etropolitan area. Tabulations on market shares by pe of department store for the current year and ose for the two previous years, as well as, bulations on market share of total retail trade held

# Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

### NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

May), while the annual revisions are published once year in the March issue. Revisions to month-end counts receivable are published on a monthly asis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented a Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to be emove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif l.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

# Appendix II

### List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Junior Department Store Organizations

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgamated with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - July Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Juillet

	Respons Taux de r		Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		. 85.7	98.6

- The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
- Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

  The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
- La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.
- The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.
- Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.
- The organizational units are the department store companies.
- Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

### TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990	0	19	991
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	26	4
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	5	26	5
April - Avril	24	4	26	4
May - Mai	26	4	26	4
June – Juin	26	5	26	5
July - Juillet	25	4	26	4
August - Août	27	4	26	5
September - Septembre	24	5	24	4
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	4	26	5
December - Décembre	25	5	25	4

### SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

### Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

# CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DÉTAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

### Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

# **\**

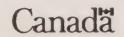
# **BON DE COMMANDE**

# Publications de Statistique Canada

POSTEZ À: Vente des publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6  TÉLÉCOPIEZ À: (613) 951-1584  Le bon télécopié tient lieu de commande originale. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.	Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)						
						\$	
En caractères d'imprimerie s.v.p.)	Envoyez-moi la facture plus tard (max. 500 \$)						
ntreprise	Porte	z à mon com	pte:	MasterC	Card	V	ISA
ervice		No. de .					
l'attention de		Nº de compte		1-1-1		1 1 1	
dresse		Date d'expiration	on L				
ille Province	Signa	ture					
ode postal Tél	Nume	ero de référenc	e du client				
Juméro au Titre		Édition		nement a de la pub		Otá	
catalogue		demandée	Canada \$	États- Unis \$ US	Autres pays \$ US	Qté	Total \$
					TOTAL		
s clients canadiens ajoutent la taxe de 7 % sur les produits et services.				TF	PS (7 %)		
ruillez noter que les réductions s'appliquent au prix des publications et non uvant inclure des frais de port et de manutention particuliers et la TPS.	au tota	l général; ce d	ernier	TOTA	L GÉNÉR	AL	
chèque ou mandat-poste doit être fait à l'ordre du Receveur général du C nadiens; les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés s	anada sur une	- Publication banque améri	s. Les clie caine.	ents canad	iens paien	t en doi	llars
our un service plus 1-800-267-6677		}			otes VISA MasterCa		PF 03681 1991-01
is order coupon is available in English upon request							



Statistics Canada



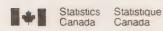


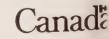
# ORDER FORM

# Statistics Canada Publications

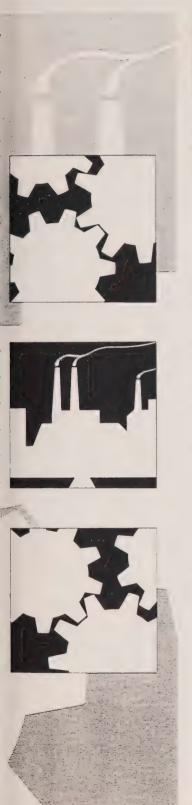
MAIL TO:		FAX TO: (613) 951-1584	MET	HOD OF PA	YMENT					
Publication		This fax will be treated as an		Purchase Orde	r Number	(please e	enclose)			
Statistics (	Canada ntario, K1A 0T6	original order. Please do not send confirmation.		Payment enclo	sed	\$		\$		
	italio, itin oro		Bill me later (max. \$500)							
(Please print)			Char	ge to my:		MasterCa	ırd	□ vi	SA	
				g,.						
				Account Numb						
				Expiry Date	L					
City		Province	Signa	ature						
		Tel	Clien	t Reference Nu	ımber					
Catalogue		Title		Required Issue	1	ual Subscr Book Pri United	,	Qty	Total	
Number				13300	\$	States US\$	Countries US\$			
							-	-		
							-			
								<u> </u>		
	1				1	s	SUBTOTAL	L	·	
Canadian cu	stomers add 7% Goods	and Services Tax.					GST (7%)			
		ed to the price of the publication and nandling charges and the GST.	ot to the	e total amount	which	GR	AND TOT	AL		
		nade payable to the Receiver General ther countries pay total amount in US				ian clients	pay in Ca	nadian f	unds.	
For faster s	service	1-800-267-66	77 7			VISA an	d Master(		PF 03681 1991-01	

Version française de ce bon de commande disponible sur demande





1991-01



# Get the Facts On Canadian Manufacturing

PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS is the most comprehensive listing of the values and quantities of over 4500 commodities shipped by Canadian manufacturing firms.

The report provides a comparative analysis of all products manufactured in Canada for the years 1984, 1985, and 1986. It enables manufacturers, research consultants, trade and other organizations to evaluate their competitive position in the market place as well as to obtain an overview of the manufacturing sector.

Commodities listed range from hydraulic turbines to plastic drinking straws to pasta.

This is the last issue to use the Industrial Commodity Classification and includes provincial data for 1986.

Order your copy of **PRODUCTS SHIPPED BY CANADIAN MANUFACTURERS**(Cat. No. 31-211), \$60 in Canada and
US \$72 in other countries, by writing to:

Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario K1A 0T6

or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre. For faster service, call toll-free and use your VISA or Master-Card. 1-800-267-6677

### Renseignez-vous sur les produits fabriqués au Canada

La publication intitulée PRODUITS LIVRÉS PAR LES FABRICANTS

CANADIENS constitue la liste la plus exhaustive de la valeur et de la quantité de plus de 4 500 produits expédiés par les entreprises de fabrication canadiennes.

Le rapport fournit une analyse comparée de tous les produits fabriqués au Canada en 1984, 1985 et 1986. Il permet aux fabricants, aux experts-conseils en recherche et aux organismes commerciaux et autres d'évaluer leur place concurrentielle sur les marchés ainsi que d'obtenir un aperçu du secteur manufacturier.

Les produits énumérés vont des turbines hydrauliques aux pâtes alimentaires, en passant par les pailles en plastique.

Il s'agit du dernier numéro à se servir de la classification des produits industriels; il comprend des données provinciales pour 1986.

Pour commander votre exemplaire de PRODUITS LIVRÉS PAR LES FABRICANTS CANADIENS (n° 31-211 au catalogue), à raison de 60 \$ au Canada et de 72 \$ US dans les autres pays, veuillez écrire à :

Vente de publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Vous pouvez également communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche. Pour un service plus rapide, composez sans frais le 1-800-267-6677 et servezvous de votre carte VISA ou MasterCard.

# THE MARKET ESEARCH ANDBOOK

The fastest way to get off to a good start!

Andrew Services Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The Market Research Handbook 1991 can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

# Looking for...

.. socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

. . . revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The Market Research Handbook 1991 has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the Market Research Handbook 1991 close at hand for easy reference.

The Market Research Handbook 1991 (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

LE RECUEIL CATISTIQUE DES DES DE MARCHE 1991

> Pour partir du bon pied!

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir? Le Recueil

statistique des études de marché 1991 peut vous faciliter les choix avant que vous n'engagiez plus de temps et de ressourc à l'élaboration de votre stratés

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises

qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

### Vous cherchez...

. . des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

. . des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le Recueil contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vou renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le Recueil statistique des études de marché 1991 (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.

Catalogue 63-002 Mensuel



# Department store sales and stocks

Catalogue 63-002 Monthly

August 1991



# Ventes et stocks des grands magasins

Août 1991



### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Br et Île-du-Prince-Édouard	unswick 1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-3028

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

August 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Août 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1992

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

January 1992

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1992

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

Janvier 1992

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

# **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- R. Laplante, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

## Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- <sup>p</sup> nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- R. Laplante, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

# **Table of Contents**

# Table des matières

		Page		Page
High	nlights	5	Points saillants	5
Tab	le		Tableau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	<ol> <li>Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991</li> </ol>	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	<ol> <li>Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991</li> </ol>	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991</li> </ol>	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	<ol> <li>Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991</li> </ol>	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	<ol> <li>Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991</li> </ol>	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	<ol> <li>Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	<ol> <li>Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991</li> </ol>	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	<ol> <li>Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991</li> </ol>	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	<ol> <li>Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991</li> </ol>	23

# TABLE OF CONTENTS - Concluded

## TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Page
App	endix		Appendice	
f.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
II.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Text	Table		Tableau explicatif	
l.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
II.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	 cted publications	30	Choix de publications	30

### **Highlights**

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,091 million in August 1991, virtually unchanged from the previous month's revised estimates.
- The Department store sales have fluctuated markedly since the beginning of the year. However, sales have shown little strength as the level for August is virtually unchanged from February 1991.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,096 million at the end of August, a gain of 1.4% over the July 1991 revised value of \$5,026 million. This increase followed a drop of 0.7% in July 1991.
- The ratio of stocks to sales stood at 4.67:1 in August, an increase over the 4.61:1 ratio observed in July.

### Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour août 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,091 millions, demeurant practiquement inchangées par rapport à l'estimation révisée de juillet.
- Les ventes des grands magasins ont considérablement fluctué depuis le début de l'année. Toutefois, les ventes ont démontré peu d'intensité alors que le niveau d'août est demeuré pratiquement inchangé par rapport à février 1991.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 1.4% par rapport au mois précédent (\$5,026 millions chiffre révisé) et s'élevait à la fin d'août 1991 à \$5,096 millions. Cette hausse fait suite à une baisse de 0.7% en juillet 1991.
- La rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.67:1 en août, une augmentation comparativement au rapport de 4.61:1 observé en juillet.

### Note to Users

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted	- Non désaison	nalisées	
		1990	)	1991		Change
	Department	July	August	July	August	Augus 1991/1990
		Juillet	Août	Juillet	Août	Aoû: 1991/1990
10.			thousands o	f dollars		per cent
			milliers de	dollars		pourcentage
1	W.'men's and misses' dresses, housedresses,	11,592	11,631	11,294	11,391	-2.1
2 3 4	Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	5,543 73,803 449	12,984 80,211 751	4,903 69,249	10,370 80,322	-20.1 + 0.1
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	38,600	57,301	37,611	54,867	-4.2
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	12,636 16,889 16,104 1,211 8,690	31,757 17,763 18,129 1,271 10,433	11,202 15,450 17,183 971 8,444	28,708 16,428 19,519 939 10,928	-9.6 -7.5 + 7.7 -26.1 + 4.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	12,243	13,807	11,604	14,024	+ 1.6
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	21,936 14,297 61,898 13,691	29,298 16,498 71,224 34,391	20,319 12,887 56,455 12,086	26,772 14,399 73,346 32,321	-8.6 -12.7 + 3.0 -6.0
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	12,116 24,579 63,078 11,098 2,276	13,731 22,556 68,854 12,187 2,597	11,283 19,723 61,035 10,690 2,162	13,225 21,040 65,979 11,093 2,429	-3.7 -6.7 -4.2 -9.0 -6.5
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	48,189 8,488 16,122 11,818 15,378	47,808 9,414 16,558 11,989 15,041	48,201 8,409 13,917 10,198 13,968	47,753 9,420 14,452 9,879 13,442	-0.1 + 0.1 -12.7 -17.6 -10.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other	8,847	9,266	9,069	9,370	+1.1
27 28 29 30	home furnishings Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	57,923 45,889 42,244 38,890	53,909 51,566 48,354 39,734	52,320 42,811 37,396 42,228	49,276 45,359 46,981 39,487	-8.6 -12.0 -2.8 -0.6
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	37,394 11,936 19,554 21,693 47,317	31,888 11,402 21,883 23,020 46,744	35,112 10,288 17,962 20,321 44,215	28,499 8,707 20,105 21,956 46,131	-10.6 -23.6 -8. -4.6 -1.5
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	25,786 12,295	48,000 11,811	24,143 11,955	43,526 12,019	-9.ć + 1.8
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	19,311 28,614 47,895	21,473 29,697 51,353	18,334 26,756 51,884	20,412 25,803 52,231	-4.9 -13.1 + 1.1
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	988,304	1,128,286	934,038	1,072,909	-4.9

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

		1991		Change Variation	
 May <sup>r</sup>	Juner	July	August	August/	Rayon
may	dane	Outy	August	July 1991	
Mai <sup>r</sup>	Juin <sup>r</sup>	Juillet <sup>r</sup>	Août <sup>p</sup>	Août/ Juillet 1991	
 	thousands o	of dollars		per cent	
	milliers de	dollars		pourcentage	
12,654	12,160	12,132	11,533	-4.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
15,006 83,274	14,519 79,209	14,680 79,373	13,351 80,871	-9.1 + 1.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures
46,943	45,534	47,096	46,429	-1.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
15,884 19,440 17,912 1,485	15,810 19,917 18,017 1,550	16,032 19,464 18,125 1,549	16,418 19,634 18,443 1,450	+ 2.4 + 0.9 + 1.8 -6.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes
13,667	13,662 17,792	13,950 17,966	14,045	+0.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames
27,132 20,571 75,896 18,767	25,953 20,156 76,834 17,878	26,830 20,067 74,892 18,101	26,138 19,639 78,661 19,051	-2.6 -2.1 +5.0 +5.3	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons
14,381 26,426 75,204 10,339 2,552	14,736 26,873 74,019 10,421 2,614	14,685 25,959 74,649 10,599 2,602	14,594 27,618 74,596 10,377 2,532	-0.6 +6.4 -0.1 -2.1 -2.7	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce
44,213 9,946 16,502 10,621 12,948	44,034 9,838 17,244 10,305 12,519	45,154 10,154 16,420 10,742 12,769	44,723 10,140 16,734 10,686 12,922	-1.0 -0.1 +1.9 -0.5 +1.2	Revêtements de plancher
11,284	10,543	10,496	10,322	-1.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles
48,953 42,775 49,214 40,372	47,998 42,067 50,230 42,046	48,262 42,917 49,011 45,290	48,931 43,715 49,009 42,232	+ 1.4 + 1.9 	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques
34,486 8,574 22,792 32,474 42,735	33,247 8,051 23,525 32,104 42,828	33,389 8,740 23,044 32,015 41,653	32,315 8,593 23,319 32,898 42,741	-3.2 -1.7 + 1.2 + 2.8 + 2.6	Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie Jouets et jeux
32,413 11,401	33,189 11,475	32,741 12,351	33,041 13,001	+0.9 +5.3	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,
19,899 25,795	19,811 26,789	19,857 25,797	19,905 25,012	+0.2	
57,466 , <b>089,515</b>	60,768 <b>1,088,670</b>	59,688 <b>1,090,508</b>	58,375 <b>1,090,995</b>	-2.2	TOTAL, TOUS RAYONS

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince-	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
No.				Édouard			
			thousar	nds of dollars -	milliers de dolla	ars	
	Major department stores						
1 2 3	1990 July August January-August	539,247 612,105 4,475,668	x x x	x x x	10,845 11,934 86,098	x x x	94,310 110,723 806,059
4 5 6	1991 July August January-August	510,423 573,252 4,030,987	x x x	x x x	10,513 12,061 79,669	x x x	89,362 106,686 717,757
	Percentage change						
7	August 1991/1990 January-August 1991/1990	-6.3 -9.9	×	×	+1.1	×	-3.6 -11.0
	Junior department stores						
9 10 11	1990 July August January-August	449,057 516,181 3,562,358	x x x	x x x	21,315 25,659 170,739	x x x	87,485 102,842 718,568
12 13 14	1991 July August January-August	423,615 499,658 3,338,548	x x x	x x x	20,232 24,962 160,503	x x x	83,798 101,935 679,850
	Percentage change						
15 16	August 1991/1990 January-August 1991/1990	-3.2 -6.3	x	x x	-2.7 -6.0	×	-0.9 -5.4
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 July August January-August	988,304 1,128,286 8,038,026	14,459 18,704 111,283	6,973 7,268 50,987	32,160 37,594 256,840	21,344 27,002 171,912	181,795 213,565 1,524,629
20 21 22	1991 July August January-August	934,038 1,072,909 7,369,533	13,447 17,359 103,861	4,160 5,420 33,129	30,745 37,023 240,171	20,172 25,085 160,035	173,160 208,621 1,397,607
	Percentage change						
23 24	August 1991/1990 January-August 1991/1990	-4.9 -8.3	-7.2 -6.7	-25.4 -35.0	-1.5 -6.5	-7.1 -6.9	-2.3 -8.3

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	
							Nº
		thousands	of dollars - milliers	de dollars			
						Grands magasins traditionnels	
٠.	217,454 244,318 1,831,131	23,487 25,918 194,750	X X X	73,806 83,235 587,803	96,055 107,243 778,120	1990 Juillet Août Janvier-août	1 2 3
e <sup>r</sup>	199,228 222,254 1,609,337	22,039 23,042 171,879	x x x	70,199 77,908 543,439	97,427 106,049 738,408	1991 Juillet Août Janvier-août	4 5 6
						Variation procentuelle	
	-9.0 -12.1	-11.1 -11.7	x x	-6.4 -7.5	-1.1 -5.1	Août 1991/1990 Janvier-août 1991/1990	7 8
						Grands magasins populaires	
	186,996 209,588 1,475,857	18,209 20,927 1 <b>4</b> 9,533	x x x	39,130 45,894 309,974	47,980 53,033 362,101	1990 Juillet Août Janvier-août	9 10 11
	174,632 204,562 1,391,654	17,023 19,255 136,025	x x x	38,036 43,672 293,126	47,041 51,987 341,118	1991 Juillet Août Janvier-août	12 13 14
						Variation procentuelle	
	-2.4 -5.7	-8.0 -9.0	x x	-4.8 -5.4	-2.0 -5.8	Août 1991/1990 Janvier-août 1991/1990	15 16
						Ensemble des grands magasins	
	404,450 453,906 3,306,988	41,696 46,845 344,283	28,456 33,999 233,111	112,937 129,129 897,778	144,035 160,276 1,140,220	1990 Juillet Août Janvier-août	17 18 19
	373,859 426,816 3,000,991	39,062 42,297 307,904	26,731 30,673 209,743	108,235 121,579 836,565	144,467 158,036 1,079,526	1991 Juillet Août Janvier-août	20 21 22
						Variation procentuelle	
	-6.0 -9.3	-9.7 -10.6	-9.8 -10.0	-5.8 -6.8	-1.4 -5.3		23 24

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
110.			thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1 2 3	1990 July	30,360	33,666	x	18,315	59,372
	August	33,362	37,752	x	20,241	69,162
	January-August	243,965	264,626	x	160,892	517,799
4	1991 July	27,691	32,262	x	19,177	56,469
5	August	30,146	35,824	x	19,556	66,445
6	January-August	219,024	245,358	x	147,266	452,148
	Percentage change					
7	August 1991/1990	-9.6	-5.1	x	-3.4	-3.9
8	January-August 1991/1990	-10.2	-7.3		-8.5	-12.7
	Junior department stores					
9	1990 July	12,365	15,885	x	9,010	36,104
10	August	13,612	18,935	x	9,950	42,746
11	January-August	97,538	126,729	x	71,980	305,508
12	1991 July	11,631	15,326	x	8,125	33,230
13	August	12,348	18,037	x	9,703	42,316
14	January-August	86,149	117,851	x	66,445	280,430
	Percentage change					
15	August 1991/1990	-9.3	-4.7	X	-2.5	-1.0
16	January-August 1991/1990	-11.7	-7.0	X	-7.7	-8.2
	Total, all department stores					
17	1990 July	42,724	49,551	17,406	27,325	95,475
18	August	46,974	56,687	19,466	30,192	111,908
19	January-August	341,501	391,356	139,174	232,872	823,307
20	1991 July	39,322	47,588	15,183	27,302	89,700
21	August	42,494	53,860	18,764	29,259	108,761
22	January-August	305,173	363,209	122,337	213,710	732,579
	Percentage change					
23	August 1991/1990	-9.5	-5.0	-3.6	-3.1	-2.8
24	January-August 1991/1990	-10.6	-7.2	-12.1	-8.2	-11.0

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1990

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	No
	thousands of d	ollars - milliers de	dollars			† · ·
					Grands magasins traditionnels	
25,984 30,342 215,111	x x x	105,991 116,404 893,318	61,588 67,129 502,948	x x x	1990 Juillet Août Janvier-août	1 2 3
24,512 28,261 198,109	x x x	95,493 104,363 781,359	63,028 67,771 474,884	x x x	1991 Juillet Août Janvier-août	4 5 6
					Variation procentuelle	
-6.9 -7.9	x x	-10.3 -12.5	+ 1.0		Août 1991/1990 Janvier-août 1990/1991	8
					Grands magasins populaires	
19,248 22,603 160,408	X X X	52,466 56,080 406,627	16,210 17,435 125,091	x x x	1990 Juillet Août Janvier-août	9 10 11
17,753 22,128 149,830	x x x	48,119 54,128 372,464	15,360 16,819 112,319	x x x	1991 Juillet Août Janvier-août	12 13 14
					Variation procentuelle	
-2.1 -6.6	x x	-3.5 -8.4	-3.5 -10.2	x x	Août 1991/1990 Janvier-août 1991/1990	15
					Ensemble des grands magasins	
45,232 52,945 375,518	26,259 30,498 214,170	158,457 172,483 1,299,940	77,798 84,565 628,040	36,938 41,288 306,676	1990 Juillet Août Janvier-août	17 18 19
42,265 50,390 347,937	24,445 29,118 191,378	143,612 158,491 1,153,823	78,388 84,590 587,202	34,488 37,157 271,228	1991 Juillet Août Janvier-août	20 21 22
					Variation procentuelle	
-4.8 -7.3	-4.5 -10.6	-8.1 -11.2	-6.5		Août 1991/1990 Janvier-août 1991/1990	23

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991

No.	Туре	of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
					number -	- nombre		
	Major	department stores						
1 2	1990	July August	324 326	2	1 1	10 10	5 5	52 52
3 4	1991	July August	332 328	3	1	11 11	5 5	55 55
	Junio	r department stores						
5 6	1990	July August	547 549	16 16	5 5	29 30	25 26	106 107
7 8	1991	July August	555 557	16 16	5	30 30	25 25	110 111
	Total,	, all department stores						
9	1990	July August	871 875	18 19	6 6	39 40	30 31	158 159
11 12	1991	July August	887 885	19 19	6 6	41 41	30 30	165 166

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores				1	
1 2	1990 July August	14 14	22 22	6	12 12	29 29
3	1991 July August	14 14	22 22	6 7	15 15	30 30
	Junior department stores					
5 6	1990 July August	13 13	17 17	11	10 10	41 42
7 8	1991 July August	13 13	17 17	10 10	11 11	41 43
	Total, all department stores					
9	1990 July August	27 27	39 39	17 17	22 22	70 71
11 12	1991 July August	27 27	39 39	16 17	26 26	71 73

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

					British Columbia		
	Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
			number - nombre				
						Grands magasins traditionnels	
	129 128	13 13	13 13	48 49	51 52	1990 Juillet Août	1 2
	131 127	13 13	12 12	49 49	52 52	1991 Juillet Août	3 4
						Grands magasins populaires	
No.	219 219	23 22	22 22	45 45	57 57	1990 Juillet Août	5
	220 221	23 23	22 22	46 46	58 58	1991 Juillet Août	7 8
						Ensemble des grands magasins	
	348 347	36 35	35 35	93 94	108 109	1990 Juillet Août	9
	351 348	36 36	34 34	95 95	110 110	1991 Juillet Août	11 12

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	No
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
14 14	7 7	52 52	27 27	12 12	1990 Juillet Août	1 2
15 15	7 7	54 50	29 29	12 12	1991 Juillet Août	3 4
					Grands magasins populaires	
21 21	13 13	58 58	17 17	17 16	1990 Juillet Août	5
21 22	13 13	60 60	17 17	17 17	1991 Juillet Août	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	20 20	110 110	44 44	29 28	1990 Juillet Août	9
36 37	20 20	114 110	46 46	29 29	1991 Juillet Août	11 12



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
Period	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires		
Période							
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année  1990  January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295 785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348 469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943 316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.7 41.7	
November – Novembre  December – Décembre	1,523,336 2,274,998	100.0	858,285 1,304,373	56.3 57.3	665,051 970,625	43.7 42.7	
Year - Année 1991	14,192,795	100.0	7,997,948	56.4	6,619,847	43.6	
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre Year – Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917 934,038 1,072,909	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850 579,802 510,423 573,252	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2 54.6 53.4	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115 423,615 499,658	44.5 45.9 44.1 46.0 45.9 43.8 45.4 46.6	

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-August - Janvier-août

	Department . —	Sales - Ventes		Change 1991/1990
		1990	1991	Variation
Rayon	Rayon	1990	1991	1991/1990
10.		thousands of	of dollars	per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	100,271	90,905	-9.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	92,831	78,126	-15.8
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	611,606	572,450	-6.4
4	Furs - Fourrures	8,739		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	344,195	330,654	-3.9
6 7	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	129,159 131,397	111,782 118,789	-13.5 -9.6
8	Intimate apparel – Sous-vêtements	129,944 10,243	133,429 7,989	+ 2.7 -22.0
9	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	95,371	90,580	-5.0
11	et articles de parure pour dames et fillettes  Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	108,492	100,461	-7.4
12	jeunes filles et enfants	201,257	179,972	-10.6
13 14	Men's clothing - Vêtements pour hommes  Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	141,731 511,959	121,228 476,745	-14.5 -6.9
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	143,624	127,381	-11.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	107,878	98,128	-9.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	204,022 528,782	181,668 494,644	-11.0 -6.5
18 19	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	76,141	70,130	-7.9
20	Piece goods - Tissus à la pièce	21,230	17,832	-16.0
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	341,164	317,658	-6.9
22	Smallwares and notions - Menus articles	71,878	67,255	-6.4
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	117,798	105,255 76,004	-10.6 -21.7
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher  Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	97,111 115,062	97,431	-15.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes,			
07	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	70,385	68,039 364,009	-3.0 -15.6
27 28	Furniture – Meubles Major appliances – Gros appareils ménagers	431,388 361,329	310,042	-14.2
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	350,515	305,312	-12.9
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	288,458	282,454	-2.
31 32	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie,	270,247	251,177	-7.
0.0	chauffage et construction	84,946	65,895	-22.4
33	Jewellery - Bijouterie	153,279	136,936 152,817	-10. -4.
35	Toys and games - Jouets et jeux  Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	159,936 337,405	315,238	-6.0
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence,	227,483	211,565	-7.0
	huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	89,603	82,287	-8.
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	160,984	146,051	-9.0
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	213,957	189,644	-11.4 +6.4
40	All other departments – Tous autres rayons	396,223	421,569	
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,038,026	7,369,533	-8.3

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,¹ Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

		Unadjusted – Non désaisonnalisés					
		199	0	199	1	Change -	Variation
	Department Rayon	July	August	July	August	August/ July	August 1991/1990
		Juillet	Août	Juillet	Août	Août/	Août
No.						juillet 1991	1991/1990
		thous	sands of dollar	s - milliers de	dollars	per cent -	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons						pourous
	uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	55,378	64,887	49,931	57,911	+ 16.0	-10.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et						-10.6
3	tailleurs pour dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear – Vêtements sports	46,650	82,645	44,860	78,665	+754	-4.8
	pour dames et jeunes filles	314,356	355,582	302,059	354,658	+ 17.4	-0.3
4 5	Furs - Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment -	10,735	18,388				
5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de						
	chambres d'enfants	203,961	215,748	204,912	220,806	+ 7.8	+2.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	91,843	91,626	81,641	87,385	+7.0	-4.6
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements						
8	de nuit pour dames Intimate apparel - Sous-vêtements	81,526 84,035	92,121 87,440	71,068 102,428	82,692 104,174	+ 16.4	-10.2 + 19.1
9	Millinery - Chapeaux	5,694	9,002	4,235	7,123	+68.2	-20.9
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	69,008	72,187	73,538	77,517	+5.4	+7.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear – Chaussures	61,641	80,088	69,234	82,919	+ 19.8	+3.5
12	pour dames, jeunes filles et enfants	107,639	137,706	117.061	144,474	+ 23 4	+4.9
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	107,905	145,689	96,537	119,660	+24.0	-17.9
14 15	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles	278,772	317,956	286,441	322,638	+ 12.6	+ 1.5
16	d'habillement pour garçons Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes	64,318	64,670	69,897	81,888	+ 17.2	+ 26.6
10	et garçons	69,351	84,773	66,247	78,211	+ 18.1	-7.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	42,241	43,575	48,142	53,131	+ 10.4	+21.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	281,128	299,431	337,936	338.013		+ 12.9
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et				50.040	0.4	
20	fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	49,288 19,930	50,160 23,124	52,085 19,501	50,842   20,612	-2 4 <sup>1</sup> + 5.7	+ 1.4 -10.9
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	231,889	221,262	265,582	264,967	-0.2	+ 19.8
22	Smallwares and notions - Menus articles	61,761	65,035	68,374	69,468	+ 1.6	+ 6.8
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	116,586 68,628	118,070 65,934	123,037 68,576	127,980 67,748	+40	+ 8.4 + 2.8
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures,	00,020	05,934	08,570	07,740	-1.2	
	rideaux et housses	81,072	83,484	73,583	72,810	-1.1	-12.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -						
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	78,618	79,188	68,316	67,711	-0.9	-14.5
27	Furniture - Meubles	184,379	172,385	192,667	181,701	-5.7	+5.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	120,157 235,239	107,719   238,756	89,454 267,582	92,651 273,504	+3.6 +2.2	-14.0 + 14.6
29 30	Television, radio and music – Televiseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils electriques	221,457	223,225	226,168	230,804	+ 2.0	+3.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,						
32	papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials - Matériel de	164,752	165,640	195,696	198,324	+ 1.3	+ 19.7
	plomberie, chauffage et construction	75,488 162,887	75,917 160,983	51,562   172,610	53,206   170,608	+ 3.2	-29.9 +6.0
33 34	Jewellery - Bijouterie Toys and games - Jouets et jeux	182,179	219,183	171,240	205,263	+199	-6.4
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	232,717	239,133	273,461	295,443	+ 8.0	+ 23.5
36 37	Stationery, books and magazines – Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	187,192	175,527	191,810	187,366	-2.3	+ 6.7
	supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	66,219	65,897	66,315	68,615	+ 3 5	+ 4.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	10	8   92	103   252	2,150 268	+6.3	+ 191.3
39 40	Repairs and services - Services et travaux de réparations All other departments - Tous autres rayons	114,014	120,155	117,271	113,935	-2.8	-5.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	4.630,744	4,934,391	4,781,413	5,107,841	+ 6.8	+ 3.5

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991

		Stock-sales/Stocks-ventes					
		1990		1991			
	Department	July	August	July	August		
		Juillet	Août	Juillet	Août		
Vo.							
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and	4.78	5.58	4.42	5.08		
2	uniforms Women's and misses' coats and suits	8.42	6.37	9.15	7.59		
2	Women's and misses' sportswear	4.26	4.43	4.36	4.42		
4	Furs	23.90	24.48		1.00		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5.28	3.77	5.45	4.02		
6	औrls' and teenage girls' wear	7.27	2.89	7.29	3.04		
7	Lingerie and women's sleepwear	4.83	5.19	4.60	5.03		
8	Intimate apparel	5.22	4.82	5.96	5.34		
9	Millinery	4.70 7.94	7.08 6.92	4.36 8.71	7.59 7.09		
10	Women's and girls' hosiery	7.94	0.92	0.71	7.09		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.03	5.80	5.97	5.91		
12	Women's, misses' and children's footwear	4.91	4.70	5.76	5.40		
13	Men's clothing	7.55	8.83	7.49	8.31 4.40		
14 15	Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	4.50 4.70	4.46 1.88	5.07 5.78	2.53		
4.0	Advantage and house of frank upon	5.72	6.17	5.87	5.91		
16 17	Men's and boys' footwear Food and kindred products	1.72	1.93	2.44	2.53		
18	Toiletries, cosmetics and drugs	4.46	4.35	5.54	5.12		
19	Photographic equipment and supplies	4.44	4.12	4.87	4.58		
20	Piece goods	8.76	8.91	9.01	8.49		
21	Linens and domestics	4.81	4.63	5.51	5.55		
22	Smallwares and notions	7.28	6.91	8.13	7.37		
23	China and glassware	7.23	7.13	8.84	8.86		
24	Floor coverings	5.81	5.50	6.72	6.86 5.42		
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.27	5.55	5.27	5.42		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.89	8.54	7.53	7.23		
27	Furniture	3.18	3.20	3.68	3.69		
28	Major appliances	2.62	2.09 4.94	2.09 7.16	2.04 5.82		
29 30	Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	5.57 5.69	5.62	5.36	5.85		
31	Hardware paints wallnaper etc	4.41	5.19	5.57	6.96		
32	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials	6.32	6.66	5.01	6.11		
33	Jewellery	8.33	7.36	9.61	8.49		
34	Toys and games	8.40	9.52	8.43	9.35		
35	Sporting goods and luggage	4.92	5.12	6.18	6.40		
36	Stationery, books and magazines	7.26	3.66	7.94	4.30		
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5.39	5.58	5.55	5.71		
38	Meals and lunches			0.01	0.11		
39 40	Repairs and services	2.38	2.34	0.01 2.26	0.01 2.18		
40	All other departments	2.30	2.54	2.20			
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.69	4.37	5.12	4.76		

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

	8	Sales-stock/Vente	es-stocks			
	1990		1991		Rayon	
	July	August	July	August		
	Juillet	Août	Juillet	Août		N
	0.22	0.19	0.23	0.21	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
	0.15	0.20	0.13	0.17	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
	0.24	0.24	0.23	0.24	Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures	3
	0.04	0.03	0.20	0.26	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1	0.16	0.35	0.16	0.34	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	e
	0.21	0.20	0.22	0.21	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
	0.19	0.21	0.17	0.19	Sous-vêtements	8
	0.26	0.17	0.22	0.17	Chapeaux Bas pour dames et fillettes	10
	0.13	0.13	0.12	0.14	bas pour dames et miettes	10
	0.20	0.19	0.17	0.18	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
	0.20	0.24	0.17	0.20	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
	0.14	0.13	0.13	0.13	Vêtements pour hommes	13
	0.22	0.24 0.53	0.20	0.24	Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	14
	0.17	0.18	0.16	0.18	Chaussures pour hommes et garçons	16
	0.57	0.53	0.40	0.42	Produits alimentaires et connexes	17
	0.22	0.24	0.18	0.20	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques	18
	0.11	0.12	0.11	0.12	Tissus à la pièce	20
	0.20	0.21	0.18	0.18	Literie et linge de maison	21
	0.14	0.15	0.12	0.14	Menus articles Porcelaine et verrerie	22
	0.17	0.14	0.15	0.12	Revêtements de plancher	24
	0.19	0.18	0.18	0.18	Tentures, rideaux et housses	25
	0.11	0.12	0.13	0.14	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	26
	0.31	0.30	0.26	0.26	Meubles Gros appareils ménagers	27
	0.42	0.45	0.49	0.30	Téléviseurs, radios et musique	29
	0.17	0.18	0.18	0.17	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
	0.22	0.19	0.18	0.14	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	3
	0.16	0.15	0.20	0.17	Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie	32
	0.12	0.14	0.10	0.12	Jouets et jeux	34
	0.20	0.20	0.16	0.16	Articles de sport et valises	35
	0.14	0.26	0.13	0.23	Papeterie, livres et revues	36
	0.18	0.18	0.17	0.18	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	3
					Repas et casse-croûtes	38
				0.45	Services et travaux de réparation	39
	0.40	0.44	0.42	0.45	Tous autres rayons	40
	0.22	0.24	0.20	0.22	TOTAL, TOUS RAYONS	4

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Jun July - Juillet August - Août Septemer - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 - 0.1 + 1.3 + 1.1 - 0.9 + 0.4 - 0.7 + 0.5 + 0.3 - 0.2
1989				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Decembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 3.9 + 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+ 1.1 + 1.2 -3.7 + 4.4 + 0.2 -0.6 + 1.2 -1.2 + 2.1 + 2.0 -1.6 -0.7
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 + 1.9 -2.0 + 1.9 -0.6 + 0.7 + 1.1 + 1.8 + 0.7 -0.2 + 0.5 -1.7
1991				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133 4,781,413 5,107,840	-3.6 -1.7 + 0.4 + 2.6 + 4.3 + 4.7 + 3.3 + 3.5	4,556,526 4,757,605 4,847,027 4,892,503 4,997,439r 5,062,229r 5,026,394r 5,096,220p	-7.6 + 4.4 + 1.9 + 0.9 + 2.1r + 1.3r -0.7r + 1.4p

Department Stores' Month-end Accounts Receivable, <sup>1</sup> Unadjusted and Seasonally TABLE 11. Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - p	ourcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier  February - Février  March - Mars  April - Avril  May - Mai  June - Juin  July - Juillet  August - Août  September - Septembre  October - Octobre  November - Novembre  December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426 3,061,188 3,002,453 2,837,616	-12.5 -1.0 + 1.2 + 6.8 + 2.5 + 2.4 -1.9 -5.5	-8.5 -7.6 -4.0 + 2.3 + 5.0 + 6.5 + 6.8 + 1.8
	millions of d	ollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668 2,727 2,849 2,993 3,038r 3,083r 3,113r 2,981p	-5.3 + 2.2 + 4.5 + 5.1 + 1.5r + 1.5r + 1.0r -4.2p	-7.9 -7.4 -2.6 + 2.3 + 2.6r + 3.9r + 5.1r + 1.3r

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with

them.
Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



## Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the eensus and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

# Appendice I

#### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

## **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

## NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

## Appendix II

# List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (out of scope, jan.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Onta-io
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### **Junior Department Store Organizations**

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario (amalgamated with Zeller's, jan. 91)
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

## Appendice II

## Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Baine Johnston & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 5367, suite 800, St. John's, Newfoundland
- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Magasin J.O. Hubert Ltée, 165 rue Principale Sud, Maniwaki, Québec (hors champ, janv.91)
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- Simpsons Ltd., 401 Bay St., 10th floor, Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

## Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Oshawa Holdings Ltd., Towers, 6509 Airport Rd., Mississauga, (fusionné avec Zeller's, janv.91) Ontario
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - August Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Août

		Response rate <sup>1</sup> Taux de réponse <sup>1</sup>		
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational	reponse <sup>2</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	units <sup>4</sup> Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>		
		per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0	
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0	
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0	
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	·	100.0	100.0	

- The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
- Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication
- The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
- La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.
- The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.
- 3 Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.
- The organizational units are the department store companies.
- Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

# TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990		1991		
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays	
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	
January - Janvier	26	4	26	4	
February - Février	24	4	24	4	
March - Mars	27	5	26	5	
April - Avril	24	4	26	4	
May - Mai	26	4	26	4	
June - Juin	26	5	26	5	
July - Juillet	25	4	26	4	
August - Août	27	4	26	5	
September - Septembre	24	5	24	4	
October - Octobre	26	4	26	4	
November - Novembre	26	4	26	5	
December - Décembre	25	5	25	4	

## SELECTED PUBLICATIONS, RETAIL TRADE

# The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

## The following publications are produced by the Retai

# CHOIX DE PUBLICATIONS, COMMERCE DE DETAIL

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

## Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 30-85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling in Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Bookstores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Monthly A. Annual Bil. Bilingual O. Occasional

In addition to the publications listed above, Statistics Canada produces a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A catalogue of current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries US\$20.00.

## Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 30-85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)
- M. Mensuel A. Annuel Bil. Bilingue H.S. Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada produit une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada : 13,95 \$, États-Unis : 17 \$ US, et Autres pays : 20 \$ US.

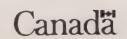
# **ORDER FORM**

## Statistics Canada Publications

WAIL TO:		FAX TO: (613) 951-1584	METHOD OF PAYMENT						
Publication Sales       This fax will be treated as an original order. Please do not send confirmation.         Statistics Canada       original order. Please do not send confirmation.				Purchase Orde	er Number (	please e	enclose)		
		Payment enclosed \$							
Please print)		•		Bill me later (m					
Company			Charge to my: MasterCard VISA					SΔ	
Department				g- 10 <b>,</b> .					
Attention				Account Numb	er				
				Expiry Date					
		Province	Signa	ature					
		Tel	Clien	t Reference Nu	umber				
						al Subsci Book Pri	, -		
Catalogue Number		Title		Required Issue	Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$	Qty	Total \$
			-						
				l		S	UBTOTAL		
Sanadian custo	mers add 7% Goods	and Services Tax.				(	GST (7%)		
Please note that	t discounts are applied	d to the price of the publication and no	ot to the	total amount v	which		AND TOTA	A.1	
night include sp	pecial shipping and ha	andling charges and the GST.							
Cheque or mon Clients from the	ey order should be made United States and ot	ade payable to the Receiver General her countries pay total amount in US	for Can funds d	ada/Publication	ns. Canadia bank.	an clients	pay in Car	nadian f	unds.
or faster sen	vice	1-800-267-667	7 7	3		VISA and	d MasterC Accou		PF 03681 1991-01
/ersion français	se de ce bon de comm	nande disponible sur demande							



Statistics Statistique Canada



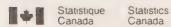


# **BON DE COMMANDE**

# Publications de Statistique Canada

POSTEZ À: Vente des public Statistique Canar Ottawa (Ontario) (En caractères d'imprin Entreprise Service À l'attention de Adresse Ville Code postal	da K1A 0T6 merie s.v.p.)	Le bon télécopié tien commande originale, pas envoyer de confii	Veuillez ne rmation.	MODALITÉS DE PAIEMENT  Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)  Paiement inclus  Envoyez-moi la facture plus tard (max. 500 \$)  Portez à mon compte.: MasterCard VISA  No de compte  Date d'expiration  Signature  Numéro de référence du client  Abonnement annuel						
Numero au catalogue		Titre			Édition demandée		de la pub États- Unis \$ US		Qté	Total \$
	*									
								-		
								TOTAL		
Les clients canadiens	s ajoutent la	taxe de 7 % sur les	produits et services.				Т	PS (7 %)		
Veuillez noter que les réductions s'appliquent au prix des publications et non au total général; ce dernier pouvant inclure des frais de port et de manutention particuliers et la TPS.										
Le chèque ou manda canadiens; les clients	at-poste doit s à l'étrange	être fait à l'ordre du r paient le montant te	Receveur général du otal en dollars US tirés	Canad s sur ur	a - Publicatio le banque amé	ns. Les cl ricaine.	ients cana	idiens paie	nt en do	ollars
Pour un service plu rapide, composez	us	7	1-800-267-667	7 7	ì		Com	nptes VIS Master(		PF 03681 1991-01

This order coupon is available in English upon request



Canada

# INTERESTED INACQUIRING A CANADIAN ORIGINAL?

Then *Canadian Social Trends* is the acquisition for you. A first on the Canadian scene, this journal is claiming international attention from the people who need to know more about the social issues and trends of this country.

Drawing on a wealth of statistics culled from hundreds of documents, *Canadian Social Trends* looks at Canadian population dynamics, crime, education, social security, health, housing, and more.

For social policy analysts, for trendwatchers on the government or business scene, for educators and students, *Canadian Social Trends* provides the information for an improved discussion and analysis of Canadian social issues.

Published four times a year, *Canadian Social Trends* also features the latest social indicators, as well as information about new products and services available from Statistics Canada.

## CANADIAN SOCIAL TRENDS

(Catalogue No. 11-008E) is \$34 annually in Canada, US\$40 in the United States and US\$48 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

For faster service, fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# VOUS DÉSIREZ FAIRE L'ACQUISITION D'UNE OEUVRE ORIGINALE?

Alors *Tendances sociales canadiennes* est la publication qu'il vous faut. Première en son genre sur la scène canadienne, cette revue retient l'attention des gens d'ici et d'ailleurs qui désirent en savoir plus sur les questions sociales de l'heure au pays.

À l'aide d'abondantes statistiques extraites de nombreux documents, **Tendances sociales canadiennes** brosse le tableau de la dynamique de la population canadienne, de la criminalité, de l'éducation, de la sécurité sociale, de la santé, de l'habitation et de plusieurs autres sujets.

Que ce soit pour les analystes de la politique sociale, les analystes des tendances oeuvrant au sein des administrations publiques et du monde des affaires, les enseignants ou encore les étudiants, **Tendances sociales canadiennes** dégage l'information nécessaire à des discussions et des analyses approfondies relativement aux questions sociales.

**Tendances sociales canadiennes** présente également les plus récents indicateurs sociaux de même que des renseignements relatifs aux produits et services qu'offre Statistique Canada.

## TENDANCES SOCIALES CANADIENNES

Ce trimestriel (No 11-008F au catalogue) se vend 34 \$ l'abonnement annuel au Canada, 40 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.





# What happened to the cost of living last month?

# he Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), The Consumer Price Index gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- health and personal care
- · recreation, reading and education · tobacco products and alcoholic
- · clothing
- housing beverages

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of change.

## Get the facts.

Subscribe to The Consumer Price Index (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$93 in Canada, US\$112 in the United States and US\$130 in other countries.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1 A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.



# Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

'indice des prix à la consommation répond à votre auestion.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois. L'indice des prix à la consommation vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur:

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changement.

### Abonnez-vous!

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 93 \$ au Canada, 112 \$ US aux États-Unis et 130 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1 A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using VISA or MasterCard, call toll-free.

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677

September 1991

# Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1991



## Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

## How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick	
and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories	
(area served by	
NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

## **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

## Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la	

#### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

September 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1992

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

April 1992

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue 63-002, Vol. 56, No. 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1992

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 1992

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Catalogue 63-002, vol. 56, nº 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

## **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

#### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director. Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- D. Roeske, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

## Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

#### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- D. Roeske, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

(00

# **Table of Contents**

# Table des matières

		Page			Page
lighl	ights	5	Point	ts saillants	5
able	•		Table	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

# TABLE OF CONTENTS - Concluded

# TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Page
App	endix		Appendice	
1.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Text	Table		Tableau explicatif	
J.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
11.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
Sele	cted publications	30	Choix de publications	30

## **Highlights**

## Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,066 million in September 1991, a decline of 2.0% from the the previous month's revised total of 1,088 million.
- During the last three months, department store sales have fluctuated markedly with an overall quarterly decline of 0.3%, compared to an increase of 2.4% in the second quarter.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,134 million at the end of September, an increase of 0.7% over the August 1991 revised value of \$5,099 million. This gain constitutes the second consecutive monthly increase.
- The ratio of stocks to sales stood at 4.82:1 in September, an increase over the 4.69:1 ratio observed in August.

## Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour septembre 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,066 millions, une diminution par rapport à l'estimation révisée d'août (1,088 millions).
- Les ventes des grands magasins ont considérablement fluctué au cours des trois derniers mois, ce qui s'est soldé par une baisse trimestrielle globale de 0.3%. Au cours du deuxième trimestre de 1991, on avait observé une hausse de 2.4%.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 0.7% par rapport au mois précédent (\$5,099 millions chiffre révisé) et s'élevait à la fin de septembre 1991 à \$5,134 millions. Cette hausse constitue la deuxième augmentation mensuelle consécutive.
- La rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.82:1 en septembre, une augmentation comparativement au rapport de 4.69:1 observé en août.

#### Note to Users

Sales estimates for 1991 exclude both provincial sales taxes and GST. Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax, which was embedded in the retail price of many goods. Sales for Canada for the year 1990 would be lower by 3.5% if the federal sale tax is removed.

Users should note that the year-over-year movement for Prince-Edward-Island has been affected by a major structure change. Comparisons should therefore be used with caution.

## Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes de 1991 excluent la TPS et les taxes de vente provinciales. Avant 1991, ces données incorporaient la taxe de vente fédérale puisqu'elle était incluse dans le prix de vente de plusieurs produits. Les ventes de 1990 pour le Canada seraient réduites de 3.5% si l'effet de la taxe de vente fédérale était supprimé.

Les utilisateurs doivent prendre note que le mouvement d'une année à l'autre pour l'Île-du-Prince-Édouard a été affecté par un changement structurel important. Les comparaisons doivent donc être utilisées avec circonspection.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted	- Non désaison	nalisées	
		1990		1991		Chang
	Department	August	September	August	September	September 1991/199
		Août	Septembre	Août	Septembre	Septembi 1991/199
0.			thousands o			per ce
			milliers de	dollars		pourcentag
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	11,631	12,770	11,391	10,678	-16
2 3	aprons and uniforms Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	12,984 80,211	20,698 91,979 1,160	10,370 80,322	17,805 84,502	-14 -8
5	Furs Infants' and children's wear and nursery equipment	751 57,301	54,520	54,867	47,978	-13
6789	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery	31,757 17,763 18,129 1,271	19,896 19,207 20,402 1,600	28,708 16,428 19,519 939	16,358 16,507 19,862 1,026	-1 -1 - -3
0	Women's and girls' hosiery	10,433	15,725	10,928	14,977	-1
1	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,807	18,076	14,024	15,194	
13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	29,298 16,498 71,224 34,391	33,683 23,663 72,278 21,799	26,772 14,399 73,346 32,321	29,109 18,419 62,487 18,676	-1 -2 -1 -1
16 17 18 19	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	13,731 22,556 68,854 12,187 2,597	16,728 25,247 73,780 10,150 3,126	13,225 21,040 65,979 11,093 2,429	14,217 20,162 67,302 9,073 2,345	-1 -2 -1 -4
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Drapenes, curtains and furniture coverings	47,808 9,414 16,558 11,989 15,041	46,954 11,351 15,751 13,451 14,295	47,753 9,420 14,452 9,879 13,442	44,024 9,922 13,214 10,716 11,778	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other	9,266	9,478	9,370	8,653	
27 28 29 30	home furnishings Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	53,909 51,566 48,354 39,734	60,834 56,927 56,105 39,303	49,276 45,359 46,981 39,487	49,741 44,516 46,190 37,189	- - -
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	31,888 11,402 21,883 23,020 46,744	31,372 10,318 22,129 24,684 33,931	28,499 8,707 20,105 21,956 46,131	30,304 7,863 18,359 20,459 29,085	-
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	48,000 11,811	34,709 15,028	43,526 12,019	30,116 13,055	-
38 39 40	Meals and lunches Repairs and services All other departments	21,473 29,697 51,353	19,170 28,291 50,671	20,412 25,803 52,231	17,961 25,462 46,651	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,128,286	1,151,240	1,072,909	1,001,933	•

Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

				justed - Désais		
		Change Variation	1991			
	Rayon	September/ August 1991	September <sup>p</sup>	August <sup>r</sup>	July <sup>r</sup>	June <sup>1</sup>
		Septembre/ Août 1991	Septembre <sup>p</sup>	Août <sup>r</sup>	Juillet	Juin <sup>r</sup>
+		per cent		of dollars	thousands of	
		pourcentage			milliers de	
	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	-2.2	11,220	11,473	12,074	12,110
	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures	+ 11.4 -2.2	14,461 78,870	12,980 80,626	14,816 79,196	14,635 79,111
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	-2.3	45,141	46,220	46,928	45,419
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes	-2.1 -0.7 + 0.4 -14.0 + 0.5	16,068 19,309 18,555 1,223 14,155	16,409 19,438 18,474 1,422 14,081	16,027 19,434 18,157 1,525 13,968	15,811 19,902 18,034 1,533 13,674
	Gants, moufles et articles de parure pour dames	-9.0	17,082	18,766	17,717	17,660
	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	+ 0.9 -3.2 -7.0 -2.3	26,370 18,804 73,080 18,617	26,145 19,416 78,578 19,049	26,838 19,903 74,178 18,102	25,964 20,061 76,319 17,889
	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	-2.3 -5.4 ÷ 1.3 -1.2 -7.3	14,202 26,072 75,753 10,219 2,303	14,537 27,549 74,769 10,348 2,485	14,642 25,972 74,772 10,579 2,566	14,708 26,913 74,103 10,414 2,592
	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	+ 0.1 -5.7 -2.3 -0.2 -5.0	44,626 9,370 16,267 10,676 12,214	44,584 9,940 16,657 10,693	45,104 10,000 16,368 10,751	44,027 9,776 17,206 10,322
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	-1.5	10,090	12,862	12,726	12,493
	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	-2.7 -4.5 -2.0	47,508 41,523 47,483 42,018	48,822 43,460 48,459 42,011	48,198 42,770 48,781 45,334	47,991 42,015 50,062 41,949
	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.  Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie Jouets et jeux Articles de sport et valises	+ 5.2 -1.5 -3.9 -4.2 -5.5	35,339 8,469 22,191 31,139	33,580 8,594 23,100 32,512	33,890 8,735 22,887 31,709	33,573 8,056 23,434 31,874
	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,	-3.5 + 1.7	39,740 31,670 13,310	42,065 32,820 13,088	41,223 32,600 12,407	42,557 33,107 11,511
	réparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons	-0.2 +3.9 -1.0	19,828 26,178 57,560	19,876 25,184 58,157	19,824 25,886 59,513	19,780 26,818 60,666
	TOTAL, TOUS RAYONS	-2.0	1,065,738	1,087,706	1,088,102	1,087,106

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	1990-1991						
	Type of department store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
	Type of department store	Canaua	Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	400000
No.			thousa	ands of dollars -	- milliers de dolla	ars	
	Major department stores						
1	1990 August	612,105	x	Х	11,934	x	110,723
2	September January-September	677,648 5,153,316	X X	X	13,614 99,712	X X	126,399 932,458
4	1991 August	573.252	x	x	12,061	x	106,686 108,223
5 6	September January-September	584,682 4,615,669	X X	X	12,110 91,779	x x	825,980
	Percentage change						
7 8	September 1991/1990 January-September 1991/1990	-13.7 -10.4	x x	×	-11.0 -8.0	×	-14.4 -11.4
	Junior department stores						
9 10 11	1990 August September January-September	516,181 473,592 4,035,950	x x x	x x x	25,659 23,287 194,026	x x x	102,842 95,293 813,861
12	1991 August	499,658	x	x	24,962	×	101,935
13 14	September January-September	417,251 3,755,799	×	X X	20,645	x x	83,420 763,270
	Percentage change						
15 16	September 1991/1990 January-September 1991/1990	-11.9 -6.9	×	x x	-11.3 -6.6	×	-12.5 -6.2
	Total, all department stores						
17 18	1990 August September	1,128,286 1,151,240	18,704 16,412	7,268 6,588	37,594 36,901	27,002 26,450	213,565 221,693
19	January-September	9,189,266	127,695	57,575	293,741	198,362	1,746,322
20 21	1991 August September	1,072,909	17,359 13,731	5.420 3.934	37,023 32,755	25,085 21,626	208.621 191.642
22	January-September	8,371,466	117,592	37,063	272,926	181,661	1,589,249
	Percentage change						
23 24	September 1991/1990 January-September 1991/1990	-13.0 -8.9	-16.3 -7.9	-40.3 -35.6	-11.2 -7.1	-18.2 -8.4	-13.6 -9.0

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasın	100
						No
1	thousands o	f dollars - milliers d	e dollars			
					Grands magasins traditionnels	
244,318 272,101 2,103,232	25,918 29,005 223,755	x x x	83,235 88,594 676,397	107,243 117,407 895,527	1990 Août Septembre Janvier-septembre	1 2 3
222,254 232,364 1,841,701	23,042 24,112 195,991	x x x	77,908 78,064 621,503	106,049 104,821 843,229	1991 Août Septembre Janvier-septembre	4 5 6
					Variation procentuelle	
-14.6 -12.4	-16.9 -12.4	x x	-11.9 -8.1	-10.7 -5.8	Septembre 1991/1990 Janvier-septembre 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
209,588 197,395 1,673,252	20,927 19,055 168,588	x x x	45,894 39,785 349,759	53,033 48,283 410,384	1990 Août Septembre Janvier-septembre	9 10 11
204,562 173,568 1,565,222	19,255 16,720 152,745	x x x	43,672 37,025 330,151	51,987 44,065 385,183	1991 Août Septembre Janvier-septembre	12 13 14
					Variation procentuelle	
-12.1 -6.5	-12.3 -9.4	x x	-6.9 -5.6	-8.7 -6.1	1	15 16
					Ensemble des grands magasins	
453,906 469,496 3,776,484	46,845 48,061 392,344	33,999 31,571 264,682	129,129 128,379 1,026,157	160,276 165,690 1,305,910	1990 Août Septembre Janvier-septembre	17 18 19
426,816 405,931 3,406,922	42,297 40,832 348,736	30,673 27,505 237,248	121,579 115,089 951,654	158,036 148,887 1,228,413	1991 Août Septembre Janvier-septembre	20 21 22
					Variation procentuelle	
-13.5 -9.8	-15.0 -11.1	-12.9 -10.4	-10.4 -7.3	-10.1 -5.9	Septembre 1991/1990 Janvier-septembre 1991/1990	23 24

TABLE 3. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
0.			thousands	of dollars - milliers de d	iollars	
	Major department stores					
1 2 3	1990 August September January-September	33,362 35,490 279,455	37,752 41,051 305,677	x x x	20,241 24,660 185,552	69,162 80,496 598,295
4 5 6	1991 August September January-September	30,146 31,198 250,222	35,824 35,582 280,940	X X X	19,556 20,793 168,059	66.445 69,550 521,698
	Percentage change					
7 8	September 1991/1990 January-September 1991/1990	-12.1 -10.5	-13.3 -8.1	x x	-15.7 -9.4	-13.6 -12.8
	Junior department stores					
9 10 11	1990 August September January-September	13,612 11,962 109,500	18,935 16,596 143,325	x x x	9,950 9,482 81,462	42,746 41,251 346,759
12 13 14	1991 August September January-September	12,348 11,456 97,605	18,037 14,869 132,720	x x x	9,703 8,481 74,926	42,316 36,100 316,530
	Percentage change					
15 16	September 1991/1990 January-September 1991/1990	-4.2 -10.9	-10.4 -7.4		-10.6 -8.0	-12.5 -8.7
	Total, all department stores					
17 18 19	September	46,974 47,452 388,953	56,687 57,647 449,003	20,485	30,192 34,142 267,014	111,908 121,747 945,054
20 21 22	September	42,494 42,653 347,826	53,860 50,452 413,661	17,737	29,259 29,274 242,984	108.761 105.649 838,228
	Percentage change					
23	1 '	-10.1 -10.6	-12.5 -7.9		-14.3 -9.0	-13.3 -11.3

TABLEAU 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

			•		eiori certaines	
No	Genre de grand magasın	Winnipeg	Vancouver	Toronto	Québec	Ottawa-Hull
			e dollars	f dollars - milliers de	thousands of	
	Grands magasins traditionnels					
1 2 3	1990 Août Septembre Janvier-septembre	x x x	67,129 74,701 577,649	116,404 128,447 1,021,765	x x x	30,342 35,415 250,526
4 5 6	1991 Août Septembre Janvier-septembre	x x x	67,771 68,415 543,299	104,363 110,399 891,758	x x x	28,261 29,576 227,685
	Variation procentuelle					
7 8	Septembre 1991/1990 Janvier-septembre 1990/1991		-8.4 -5.9	-14.1 -12.7	x x	-16.5 -9.1
	Grands magasins populaires					
9 10 11	1990 Août Septembre Janvier-septembre	X X X	17,435 16,268 141,359	56,080 54,636 461,263	X X X	22,603 21,810 182,218
12 13 14	1991 Août Septembre Janvier-septembre	x x x	16,819 14,574 126,893	54,128 46,810 419,274	x x x	22,128 18,545 168,375
	Variation procentuelle					
15 16	Septembre 1991/1990 Janvier-septembre 1991/1990		-10.4 -10.2	-14.3 -9.1	×	-15.0 -7.6
	Ensemble des grands magasins					
17 18 19	1990 Août Septembre Janvier-septembre	41,288 42,765 349,441	84,565 90,969 719,009	172,483 183,083 1,483,023	30,498 31,022 245,192	52,945 57,226 432,744
20 21 22	1991 Août Septembre Janvier-septembre	37,157 36,330 307,558	84,590 82,989 670,191	158,491 157,209 1,311,032	29,118 26,472 217,850	50.390 48,122 396,059
	Variation procentuelle					
23 24		-15.0 -12.0	-8.8 -6.8	-14.1 -11.6	-14.7 -11.2	-15.9 -8.5

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
140.				number -	nombre		
1 2 3 4	Major department stores  1990 August September  1991 August September	326 329 328 330	3 3 3 2	1 1 1 1	10 10 11 11	5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	52 53 55 55
5 6 7 8	Junior department stores  1990 August September  1991 August September	549 549 557 557	16 16 16 16	5 5 5 5	30 30 30 30	26 25 25 25 25	107 108 111 111
9 10 11 12	Total, all department stores  1990 August September  1991 August September	875 878 885 887	19 19 19 18	6 6 6	40 40 41 41	31 30 30 30	159 161 166 166

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

Vo.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréa
10.				number - nombre		
	Major department stores		22	6	12	29
1 2	1990 August September	14	22 22	6	12	29
3	1991 August September	14 14	22 22	7 7	15 15	30
	Junior department stores					4
5 6	1990 August September	13 13	17 17	11	10	4.
7	1991 August September	13 13	17 17	10	11	4
	Total, all department stores					_
9	1990 August September	27 27	39 39	17	22 22	7 7
11 12	1991 August September	27 27	39 39		26 26	7 7

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasın	N <sub>0</sub>
		number - nombre				
1					Grands magasins traditionnels	
128	13	13	49	52	1990 Août	1 2
130	13	13	49	52	Septembre	
127	13	12	49	52	1991 Août	3 4
130	13	12	49	52	Septembre	
					Grands magasins populaires	
219	22	22	45	57	1990 Août	5
219	22	22	45	57	Septembre	
221	23	22	46	58	1991 Août	7 8
221	23	22	46	58	Septembre	
					Ensemble des grands magasins	
347	35	35	94	109	1990 Août	9
349	35	35	94	109	Septembre	
348	36	34	95	110	1991 Août	11 12
351	36	34	95	110	Septembre	

TABLEAU 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	N°
		number - nombre				
	1				Grands magasins traditionnels	
14	. 7	52 54	27 27	12 12	1990 Août Septembre	1 2
15 15	7 7	50 54	29 29	12 12	1991 Août Septembre	3 4
					Grands magasins populaires	
21	13 13	58 58	17 17	16 16	1990 Août Septembre	5
22 22	13 13	60 60	17 17	17 17	1991 Août Septembre	7 8
					Ensemble des grands magasins	
35 35	20 20	110 112	44 44	28 28	1990 Août Septembre	9
37 37	20	110 114	46 46	29 29	1991 Août Septembre	11 12



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
Period	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires		
Période							
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année  1990  January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Novembre December - Décembre Year - Année	748.593 747.072 984.168 1,035.282 1,143,826 1,141,708 974.876 1,106,864 1,148.502 1,154,643 1,529,566 2,199.195 13,914,295  785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348 469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3 59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.3 56.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943 316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7 40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 45.4 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7	
1991							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917 934,038 1,072,909 1,001,933	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375.614 381.826 507,870 517,350 584,850 579,802 510,423 573,252 584.682	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2 54.6 53.4 58.4	300.688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115 423,615 499,658 417,251	44.5 45.9 44.1 46.0 45.9 43.8 45.4 46.6 41.6	

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991
 TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-September - Janvier-septembre

1 \\ 2 \\ 3 \\	Department Rayon	1990 thousands o	1991	Variatio 1991/199
1 \\2 \\3 \\	Rayon			1991/199
1 \		thousands of		
2 \			of dollars	per cer
2 \		milliers de dollars		pourcentag
3 \	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	113,041	101,583	-10.
	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour	113,529	95,931	-15.
	dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et	703.585	656,952	-6.0
4 F	jeunes filles Furs - Fourrures	9,899		
5 1	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	398,715	378,632	-5.0
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	149,055	128,140	-14.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vetements de nuit pour dames	150,604 150,346	135,296 153,291	-10.2 + 2.0
8 1	Intimate apparel - Sous-vêtements  Millinery - Chapeaux	11,843	9,015	-23.9
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	111,096	105,557	-5.0
	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	126,568	115,655	-8.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	234,940	209,081	-11.0
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	165,394 584,237	139,647 539,232	-15.6 -7.7
	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	165,423	146,057	-11.7
16	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	124,606	112,345	9.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	229,269 602,562	201,830 561,946	-12.0 -6.7
18	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques	86,291	79,203	-8.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	24,356	20,177 361,682	-17.2 -6.8
i i	Linens and domestics - Literie et linge de maison	388,118 83,229	77,177	-7.0
	Smallwares and notions - Menus articles	133,549	118,469	-11.0
	China and glassware - Porcelaine et verrerie Floor coverings - Revêtements de plancher	110,562	86,720	-21.6
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	129,357	109,209	-15.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, mirroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	79,863	76,692	-4.0
27	Furniture - Meubles	492.222	413,750	-15.
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	418,256	354,558	-15.
29	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	406,620	351,502	-13.
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et	327,761	319,643	-2.
31	petits appareils électriques  Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	301,619	281,481	-6.
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie,	95,264	73,758	-22.
22	chauffage et construction  Jewellery - Bijouterie	175,408	155,295	-11.
33 34	Toys and games - Jouets et jeux	184,620	173,276	-6.
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	371,336	344,323	-7.
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	262,192	241,681	-7
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, reparation et fournitures	104,631	95,342	-8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	180,154	164,012	-9
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	242,248	215,106   468,220	-11 +4
40	All other departments - Tous autres rayons  ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	9,189,266	8,371,466	-8

'ABLE 8. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991
'ABLEAU 8. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

		Unadjusted - Non désaisonnalisés							
			00	199	1	Change - Variation			
	Department Rayon	August	September	August	September	September/ August 1991	September 1991/1990		
No.		Août	Septembre	Août	Septembre	Septembre/ août 1991	Septembre 1991/1990		
_		thou	sands of dollars	s - milliers de	dollars	per cent - I	oourcentage		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de menage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	64,887	70,315	57,911	65,282	+ 12.7	-7.2		
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	82.645	100,290	78,665	94,862	+20.6	-5.4		
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	355.582	358.800	354,658	360,568	+1.7	+0.5		
5	Furs – Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment – Vètements pour bébés et enfants et articles de	18,388	19,978						
6	chambres d'enfants Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de	215,748	217,964	220,806	224,872	+ 1.8	+ 3.2		
7	fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear – Lingerie et vêtements	91,626	91,419	87,385	84,801	-3.0	-7.2		
8	de nuit pour dames Intimate apparel - Sous-vêtements	92,121 87,440	109,953 87,568	82,692 104,174	99,173 99,999	+ 19.9	-9.8 + 14.2		
9	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	9,002 72,187	12,266 74,262	7,123 77,517	11,569 77,827	+62.4 +0.4	-5.7 + 4.8		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	80,088	102.333	82,919	103,061	+24.3	+0.7		
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	137,706	146,818	144,474	155,697	+7.8	+ 6.0 -16.4		
13 14 15	Men's clothing - Vêtements pour hommes Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles	145,689 317,956	167,335 346,949	119,660 322,638	139,943 349,411	+ 17.0 + 8.3	+0.7		
	d'habillement pour garçons	64,670	65.047	81,888	76,675	-6.4	+ 17 9		
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	84,773	88.792	78,211	81,089	+3.7	-8.7		
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	43,575	57.187	53,131	66,276	+24.7	+ 15.9		
18	Toiletries, cosmetics and drugs — Articles de toilette, cosmétiques et medicaments	299,431	339.528	338,013	371,646	+ 10.0	+9.5		
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques Piece goods - Tissus a la piece	50,160 23,124	50,221 22,753	50.842 20.612	53,409 22,096	+5.0 +7.2	+ 6.3 -2.9		
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison Smallwares and notions - Menus articles	221,262 65,035	226,211 64,601	264,967 69,468	277,402 70,443	+ 4.7 + 1.4	+22.6 +90		
22	China and glassware - Porcelaine et verrerie	118,070 65,934	128,400 64,410	127,980 67,748	136,872 68,547	+6.9 +1.2	+ 6.6 + 6.4		
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	83.484	84.093	72,810	74,388	+ 2.2	-11.5		
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -								
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	79,188. 172.385	91,025 171,943	67,711 181,701	67,324 178,122	-0.6 -2.0	-26.0 + 3.6		
27 28	Furniture - Meubles Major appliances - Gros appareils menagers	107,719	112,937	92,651 273,504	100,614 292,664	+8.6 +7.0	-10.9 + 11.7		
30	Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	238,756 223,225	262,011	230,804	246,353	+6.7	+2.3		
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,	165,640	171,470	198,324	201,548	+ 1.6	+ 17.5		
32	papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials - Matériel de	75,917	79,764	53,206	54,866	+3.1	-31.2		
33	plomberie, chauffage et construction Jewellery - Bijouterie	160,983 219,183	172,660 275,339	170,608 205,263	192,128 257,768		+11.3		
34 35	Toys and games - Jouets et jeux Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	239,133	254,983	295.443	313,000 205,362	+5.9	+ 22.8 + 14.3		
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	175,527	179,686	187,366	205,362	7 9.0	7 14.3		
	supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	65.897	69.949	68,615 2,150	76,150 2,267	+11.0 +5.4	+89		
38 39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparations	8 92	309	2,150 268 113,935	2,267 298 145,755	+11.2	-3.6 +26		
40	All other departments - Tous autres rayons ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	120.155 <b>4,934,391</b>	142,081 5,322,391	5,107,841	5,500,127		+ 3.3		
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS HATORS	.,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	1						

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991

		Stock-sales/Stocks-ventes			
1		1990		1991	
	Department	August	September	August	Septembe
		Août	Septembre	Août	Septembre
).					
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and	5.58	5.51	5.08	6.11
	uniforms		0.5	7.50	5.3
2	Women's and misses' coats and suits	6.37	4.85	7.59 4.42	5.3 4.2
}	Women's and misses' sportswear	4.43	3.90 17.22	1.00	1.0
5	Furs Infants' and children's wear and nursery equipment	3.77	4.00	4.02	4.6
7	Intants and children's wear and horsory ogenome.		4.60	2.04	5.1
3	Girls' and teenage girls' wear	2.89	4.60 5.72	3.04 5.03	5.1 6.0
7	Lingerie and women's sleepwear	5.19 4.82	4.29	5.34	5.0
3	Intimate apparel	7.08	7.66	7.59	11.2
9	Millinery Women's and girls' hosiery	6.92	4.72	7.09	5.2
		5.80	5.66	5.91	6.1
1	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.80	4.36	5.40	5.3
2	Women's, misses' and children's footwear	8.83	7.07	8.31	7.
3	Men's clothing Men's furnishings	4.46	4.80	4.40	5.
4 5	Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	1.88	2.98	2.53	4.
		6.17	5.31	5.91	5.
6	Men's and boys' footwear Food and kindred products	1.93	2.27	2.53	3.
7 8	Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs	4.35	4.60	5.12	5.
9	Photographic equipment and supplies	4.12	4.95	4.58	5.
0	Piece goods	8.91	7.28	8.49	9.
1	Linens and domestics	4.63	4.82	5.55	6
2	Smallwares and notions	6.91	5.69	7.37	7 10
3	China and glassware	7.13	8.15	8.86 6.86	10
4	Floor coverings	5.50 5.55	4.79 5.88	5.42	6
5	Draperies, curtains and furniture coverings	5.55			
6	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.54	9.60	7.23	7
7	Furniture	3.20	2.82	3.69 2.04	3
8	Major appliances	2.09	1.98 4.67	5.82	6
9	Television, radio and music  Housewares and small electrical appliances	5.62	6.13	5.85	6
U				6.96	6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.19	5.47 7.73	6.96	6
32		6.66	7.73	8.49	10
33		9.52	11.15	9.35	13
34 35		5.12	7.51	6.40	10
25	Stationery, books and magazines	3.66	5.18	4.30	(
36 37		5.58	4.65	5.71	
38				0.10	
39			0.01	0.01	
40		2.34	2.80	2.18	
	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.62	4.76	

ABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

	,				
	Sales-stock/Vent	tes-stocks			1
199	90	1991		Rayon	
August	September	August	September	, a, s.	
Août	Septembre	Août	Septembre		No
0.19	0.19	0.21	0.17	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.20	0.23	0.17	0.21	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2 3
0.24	0.26	0.24	0.24	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	4
0.05 0.27	0.06 0.25	0.26	0.22	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.35	0.22	0.34	0.19	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.20	0.19	0.21	0.18	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7 8
0.21	0.23	0.19	0.19	Sous-vêtements	9
0.17	0.15	0.17	0.11	Chapeaux Bas pour dames et fillettes	10
0.15	0.21	0.14	0.13		
0.19	0.20	0.18	0.16	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.24	0.24	0.20	0.19	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.13	0.15	0.13	0.14	Vêtements pour hommes	14
0.24	0.22	0.24	0.19	Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.53	0.34	0.43	0.18	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.53	0.50	0.42	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.23	0.20	0.19	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	19
0.25	0.20	0.22	0.17	Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	20
0.12	0.14	0.12	0.11	Literie et linge de maison	21
0.21 0.15	0.21	0.18	0.14	Menus articles	22
0.13	0.13	0.12	0.10	Porcelaine et verrerie	23
0.18		0.14	0.16	Revêtements de plancher	24 25
0.18	0.17	0.18	0.16	Tentures, rideaux et housses	20
0.10	0.11	0.14	0.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	26
0.12 0.30		0.26	0.28	Meubles	27
0.45		0.50	0.46	Gros appareils ménagers	28 29
0.20		0.17	0.16	Téléviseurs, radios et musique	30
0.18	0.17	0.17	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	
0.19	0.19	0.14	0.15	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.15	0.13	0.17	0.15	Materiel de plomberie, chauffage et construction	33
0.14		0.12	0.10	Bijouterie Jouets et jeux	34
0.11		0.12	0.09	Articles de sport et valises	35
0.20	0.14	0.10	00	·	36
0.26	0.20	0.23	0.15	Papeterie, livres et revues	37
0.18		0.18	. 0.18	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	38
		•••	•••	Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation	39
2.7		0.45	0.36	Tous autres rayons	40
0.44	0.39				41
0.24	0.22	0.22	0.19	TOTAL, TOUS RAYONS	

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Canada, 1988 a	1331			
Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,004 4,559,004 4,557,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 - 0.1 + 1.3 + 1.1 - 0.9 + 0.4 - 0.7 + 0.5 + 0.3 - 0.2
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 3.9 + 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+ 1.1 + 1.2 -3.7 + 4.4 + 0.2 -0.6 + 1.2 -1.2 + 2.1 + 2.0 -1.6 -0.7
1990				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 + 1.9 -2.0 + 1.9 -0.6 + 0.7 + 1.1 + 1.8 + 0.7 -0.2 + 0.5
1991			4.550.500	7.6
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Decembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133 4,781,413 5,107,840 5,500,127	-3.6 -1.7 + 0.4 + 2.6 + 4.3 + 4.7 + 3.3 + 3.5 + 3.3	4.556,526 4.757,605 4.847,027 4.892,503 4.997,439 5.065,660r 5,029,504r 5,099,496r 5,133,702p	-7.6 + 4.4 + 1.9 + 0.9 + 2.1 + 1.4r -0.7r + 1.4p + 0.7p

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426 3,061,188 3,002,453 2,837,616 2,979,894	-12.5 -1.0 +1.2 +6.8 +2.5 +2.4 -1.9 -5.9 +5.0	-8.5 -7.6 -4.0 + 2.3 + 5.0 + 6.5 + 6.8 + 1.8 + 2.7
	millions of d	iollars - millions	de dollars		
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Jun July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,967.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668 2,727 2,849 2,993 3,038 3,087r 3,095r 2,973r 3,018p	-5.3 +2.2 +4.5 +5.1 +1.5 +1.6r +0.3r -4.0r +1.5p	-7.9 -7.4 -2.6 + 2.3 + 2.5 + 4.0r + 4.5r + 1.0r + 2.9p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



### Appendix I

### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not dentified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

### Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

### NOTES EXPLICATIVES

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportees mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

### Appendix II

### List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Junior Department Store Organizations

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

### Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

- Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario
- James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
- Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario
- Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
- The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
- Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

- K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
- Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
- Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
- Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

## TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

## Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - September Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Septembre

	Respons Taux de r		Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100 0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		100.0	100.0

- 1 The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.
  - Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.
- The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.
- La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.
- The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.
- Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.
- The organizational units are the department store companies.
- Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

## TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	•				
	1990		1991		
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays	
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	
January - Janvier	26	4	26	4	
February - Février	24	4	24	4	
March - Mars	27	5	26	5	
April - Avril	24	4	26	4	
May - Mai	26	4	26	4	
June - Juin	26	5	26	5	
July - Juillet	25	4	26	4	
August - Août	27	4	26	5	
September - Septembre	24	5	24	4	
October - Octobre	26	4	26	4	
November - Novembre	26	4	26	5	
December - Décembre	25	5	25	4	

### FOR FURTHER READING

Selected Publications from Statistics Canada

### LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmis les publications de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks. Monthly, Bilingual.	Ventes et stocks des grands magasins.  Mensuel, Bilingue.	63-002
Department Store Sales by Region. Advance Release. Monthly, Bilingual.	Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. <i>Mensuel</i> , Bilingue.	63-004
Retail Trade. Monthly, Bilingual.	Commerce de détail. Mensuel, Bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales. Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs. Mensuel, Bilingue.	63-007
Merchandising Inventories. Monthly, Bilingual.	Stocks commerciaux. Mensuel, Bilingue.	63-014
Retail Chain and Department stores. Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins. <i>Annuel</i> , Bilingue.	63-210
Vending Machine Operators. Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques. Annuel, Bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada. Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada. Annuel, Bilingue.	63-218
Campus Bookstores. Annual, Bilingual.	Librairies de campus. Annuel, Bilingue.	63-219
Market Research Handbook. Annual, Bilingual.	Recueil statistique des études de marché. Annuel, Bilingue.	63-224
Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979.  Occasional, Bilingual.	Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. Hors série, Bilingue.	63-538

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeller sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande passée par téléphone ou télécopieur.

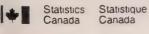


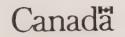
### **ORDER FORM**

### Statistics Canada Publications

MAIL TO:	FAX TO: (613) 951-1584	METHOD OF PA	YMENT			
Publication Sales Statistics Canada	This fax will be treated as an original order. Please do not		er Number (pleas	e enclose)		
Ottawa, Ontario, K1A 0T6 send confirmation.		Payment enclosed			\$	
(Please print)		Bill me later (r				
Company		Charge to my:		rCard		SA
Department	Charge to my.	Master	Caru		5A	
		Account Numi	per			
Address		Expiry Date				
	Province	Signature				
	Tel	Client Reference N				
			Annual Sub or Book			
Catalogue Number	Title	Required Issue	Canada Unite State	es Countries	Qty	Total \$
				SUBTOTAL	-	
Canadian customers add 7% G	coods and Services Tax.			GST (7%)		
Please note that discounts are a night include special shipping a	applied to the price of the publication and no handling charges and the GST.	ot to the total amount	which	GRAND TOT	AL	
Cheque or money order should Clients from the United States a	be made payable to the Receiver General and other countries pay total amount in US	for Canada/Publication funds drawn on a US	ns. Canadian clie bank.	nts pay in Ca	nadian fi	unds.
For faster service	1-800-267-667	77	VISA	and Master(		PF 03681 1991-01

Version française de ce bon de commande disponible sur demande







### **BON DE COMMANDE**

### Publications de Statistique Canada

POSTEZ À Vente des	publications	TÉLÉCOPIEZ À: (613) 951-1584 Le bon télécopié tient lieu de		DALITÉS DE Numéro d'ordr			v.p.)				
Statistique		commande originale. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.		Paiement inclu							
	ntario) K1A 0T6					us tard (m	av				
	s d'imprimerie s.v.p.)		-	Envoyez-moi la							
			Porte	ez à mon com	pte :	MasterC	ard	U VI	SA .		
				Nº de compte		1 1 1		1 1 1			
			1	Date d'expiration			$\neg$				
Adresse			1	·			_				
Ville		Province		ature							
Code postal		Tél	Num	éro de référenc	e du client						
		<b>-</b>		Édition		nement a de la pub		Osá	Total		
Numéro au catalogue		Titre		demandée		demandée Cana	Canada \$	Etats- Unis \$ US	Autres pays \$ US	Qté	\$
					9	\$ 00	<b>\$ 00</b>				
							TOTAL				
Les clients ca	anadiens ajoutent la	taxe de 7 % sur les produits et services.				7	PS (7 %)				
		s'appliquent au prix des publications et no et de manutention particuliers et la TPS.	n au to	tal général; ce	dernier	тот	AL GÉNÉ	RAL			
		être fait à l'ordre du Receveur général du er paient le montant total en dollars US tiré:				ients cana	idiens paie	ent en do	ollars		
4											

1-800-267-6677

This order coupon is available in English upon request



Pour un service plus rapide, composez

Canada

03681 1991-01

Comptes VISA et MasterCard



## What happened to the cost of living last month?

### The Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), The Consumer Price Index gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer

This monthly publication covers:

- transportation
- food
- clothing housing
- health and personal care
- recreation, reading and education
- tobacco products and alcoholic

beverages

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of change.

### Get the facts.

Subscribe to The Consumer Price Index (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$93 in Canada, US\$112 in the United States and US\$130 in other countries.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.



## Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

### 'indice des prix à la consommation répond à votre auestion.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, L'indice des prix à la consommation vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur:

- l'alimentation
- · l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changement.

### Abonnez-vous!

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 93 \$ au Canada, 112 \$ US aux États-Unis et 130 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using VISA or MasterCard,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677

## THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

The fastest way to get off to a good start!

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The Market Research Handbook 1992 can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

### Looking for...

...socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

...revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The Market Research Handbook 1992 has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

The Market Research Handbook 1992 (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

## LE RECUEIL STATISTIQUE DES ETUDES DE MARCHE 1992

Pour partir du bon pied!

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir ? Le **Recueil** 

statistique des études
de marché 1992 peut
vous faciliter les choix
avant que vous n'engagiez
plus de temps et de ressource
à l'élaboration de votre stratégi

Ce recueil statistique est le plus exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises

qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

### Vous cherchez...

...des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

...des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le Recueil contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vous renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Unis et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.





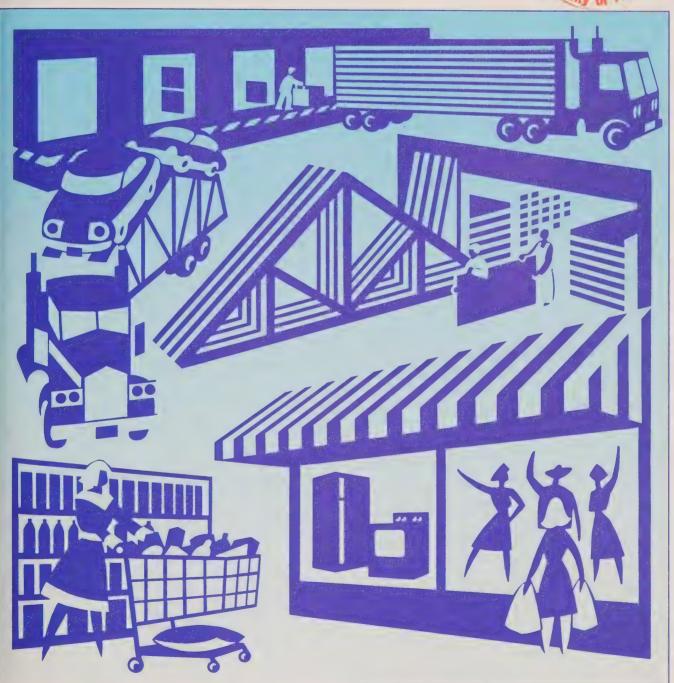
# Department store sales and stocks

October 1991

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1991





### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

### **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la	

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

October 1991

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

## Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1992

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

June 1992

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 56, No. 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1992

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juin 1992

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 56, n° 10

ISSN 0380-7045

Ottawa

### Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

### Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

### **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- D. Roeske, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

### Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- D. Roeske, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.



### **Table of Contents**

### Table des matières

		Page			Page
High	lights	5	Poin	ts saillants	5
Tabl	e		Tabl	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

### TABLE OF CONTENTS - Concluded

### TABLE DES MATIÈRES - fin

		Page		Page
Арр	endix		Appendice	
1.	Scope of the Survey	25	I. Champ de l'enquête	25
	Explanatory Notes	26	Notes explicatives	26
11.	List of Departement Store Organisations	28	II. Liste des organisations des grands magasins	28
Text	Table		Tableau explicatif	
I.	Measures of Reliability, Department Stores, Canada,	29	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	29
11.	Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991	29	II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 et 1991	29
For F	Further Reading	30	Lectures suggérées	30

### **Highlights**

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,055 million in October 1991, a decline of 0.8% from the the previous month's revised total of 1,063 million.
- The 0.8% decrease in October, the third consecutive monthy decline, extended the fluctuating but generally declining sales observed since the begenning of 1991.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,124 million at the end of October, a modest decline of 0.2% from the September 1991 revised value of \$5,133 million. This decrease followed two consecutive monthly increases.
- The ratio of stocks to sales stood at 4.86:1 in October, an increase over the 4.83:1 ratio observed in September.

### Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour octobre 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,055 millions, une diminution par rapport à l'estimation révisée de septembre (1,063 millions).
- Depuis le début de 1991, les ventes ont généralement fluctué tout en diminuant et ceci s'est poursuivie en octobre, les ventes ayant diminuée de 0.8% au cours de ce mois, une troisième diminution consécutive.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une baisse modeste de 0.2% par rapport au mois précédent (\$5,133 millions chiffre révisé) et s'élevait à la fin d'octobre 1991 à \$5,124 millions. Cette baisse fait suite à deux augmentations mensuelles consécutives.
- La rapport du total des stocks possédés aux ventes s'établissait à 4.86:1 en octobre, une augmentation comparativement au rapport de 4.83:1 observé en septembre.

### Note to Users

Departement store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1991 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in departement store sales for 1990 is available for Canada.

### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted	- Non désaiso	nnalisées	
		1990	)	199	91	Change Variation
	Department	September	October	September	October	October 1991/1990
		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre	Octobre 1991/1990
No.			thousands of			per cent
			milliers de	dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	12,770	10,510	10,678	9,846	-6.3
2 3 4	aprons and uniforms Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear Furs	20,698 91,979 1,160	30,265 89,200 1,435	17,805 84,502	24,429 82,544	-19.3 -7.5
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	54,520	51,436	47,978	49,158	-4.4
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	19,896 19,207 20,402 1,600 15,725	18,334 20,853 16,907 2,343 17,760	16,358 16,507 19,862 1,026 14,977	16,109 18,765 17,367 1,636 17,170	-12.1 -10.0 + 2.7 -30.2 -3.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	18,076	21,853	15,194	18,757	-14.2
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	33,683 23,663 72,278 21,799	37,120 29,395 77,568 21,179	29,109 18,419 62,487 18,676	33,907 22,144 69,207 18,600	-8.7 -24.7 -10.8 -12.2
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletnes, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	16,728 25,247 73,780 10,150 3,126	18,151 33,549 76,206 9,665 3,403	14,217 20,162 67,302 9,073 2,345	16,901 31,468 69,307 9,118 2,980	-6.9 -6.2 -9.1 -5.7 -12.4
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	46,954 11,351 15,751 13,451 14,295	46,934 11,942 16,571 16,097 15,648	44,024 9,922 13,214 10,716 11,778	45,022 10,989 14,398 13,339 13,402	-4.1 -8.0 -13.1 -17.1 -14.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,478	10,119	8,653	9,190	-9.2
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	60,834 56,927 56,105 39,303	59,556 47,830 58,546 42,520	49,741 44,516 46,190 37,189	50,228 43,258 50,294 42,166	-15.7 -9.6 -14.1 -0.8
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	31,372 10,318 22,129 24,684 33,931	28,221 10,219 21,895 39,763 32,108	30,304 7,863 18,359 20,459 29,085	29,758 8,785 20,232 40,856 27,936	+ 5.4 -14.0 -7.6 + 2.7 -13.0
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	34,709 15,028	29,862 18,534	30,116 13,055	27,965 16,468	-6.4 -11.1
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	19,170 28,291 50,671	21,484 32,362 57,853	17,961 25,462 46,651	20,076 28,799 55,152	-6.6 -11.0 -4.7
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,151,240	1,205,195	1,001,933	1,097,727	-8.9

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

	Seasonally ad	djusted - Désaiso	onnalisées		
		1991		Change Variation	
July <sup>r</sup>	August <sup>r</sup>	September <sup>r</sup>	October <sup>p</sup>	October/ September 1991	Rayon
Juillet <sup>r</sup>	Août <sup>r</sup>	Septembre r	Octobre <sup>p</sup>	Octobre/ Septembre 1991	
	thousands	of dollars		per cent	
	milliers de	dollars		pourcentage	
12,053	11,445	11,155	11,036	-1.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
14,597 79,113	13,234 80,472	14,174 78,692	13,089 78,126	-7.7 -0.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures
46,887	46,172	45,096	45,658	+ 1.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
16,017 19,443 18,159 1,509 13,966	16,385 19,424 18,483 1,405 14,065	16,027 19,286 18,565 1,234 14,133	15,728 19,259 18,532 1,221 14,142	-1.9 -0.1 -0.2 -1.1 +0.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes
17,595	18,654	16,864	16,483	-2.3	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes
26,851 19,707 73,938 18,092	26,164 19,149 78,766 19,048	26,382 18,461 72,571 18,575	26,330 17,520 72,264 18,263	-0.2 -5.1 -0.4 -1.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons
14,682 26,045 74,623 10,579 2,561	14,584 27,703 74,604 10,352 2,478	14,257 26,308 75,570 10,229 2,306	14,792 28,116 74,942 10,330 2,337	+3.8 +6.9 -0.8 +1.0 +1.3	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce
45,068 10,002 16,342 10,766 12,695	44,498 9,961 16,612 10,700 12,825	44,538 9,375 16,204 10,677 12,172	44,553 9,538 16,026 10,613 12,093	+ 1.7 -1.1 -0.6 -0.7	Literie et linge de maison Menus articles Porcelaine et verrerie Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses
10,343	10,127	9,949	9,493	-4.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison
47,936 42,695 48,717 45,275	48,492 43,338 48,367 42,105	47,118 41,422 47,326 42,132	45,285 41,472 47,185 42,913	-3.9 + 0.1 -0.3 + 1.9	Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques
33,896 8,771 22,979 32,084 41,057	33,611 8,713 23,212 33,005 41,770	35,370 8,512 22,257 31,589 39,376	34,997 8,822 22,963 34,429 38,444	-1.1 +3.6 +3.2 +9.0 -2.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Matériel de plomberie, chauffage et construction Bijouterie Jouets et jeux Articles de sport et valises
32,628 12,417	32,862 13,042	31,710 12,966	32,613 11,828	+ 2.8 -8.8	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
19,837 25,845 59,515	19,882 25,094 58,166	19,751 26,058 57,580	19,707 25,271 58,138	-0.2 -3.0 + <b>1</b> .0	Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons
1,086,906	1,085,858	1,063,201	1,054,906	-0.8	TOTAL, TOUS RAYONS

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	1990-1991						
	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
No.			Abauaa	ada of dollars -	milliers de dolla	arc.	<u> </u>
	Major donostront atoreo		tnousa	nos or dollars =	milliers de dona	115	
	Major department stores	677,648			13,614		126,399
1 2 3	1990 September October January-October	681,974 5,835,290	X X X	x x x	13,152 112,864	x x x	126,204 1,058,662
4	1991 September	584,682	х	x	12,110	x	108,223
5	October January-October	609,166 5,224,835	×	X	12,282 104,061	X	112,855 938,835
	Percentage change						
7 8	October 1991/1990 January-October 1991/1990	-10.7 -10.5	×	×	-6.6 -7.8	x x	-10.6 -11.3
	Junior department stores						
9	1990 September October	473,592 523,221	×	×	23,287 26,875	×	95,293 102,861
11	January-October	4,559,171	x	x	220,901	×	916,722
12	1991 September	417,251	X	x	20,645 24,368	x	83,420 95,558
13 14	October January-October	488,560 4,244,359	×	X	205,516	×	858,828
	Percentage change						
15 16	October 1991/1990 January-October 1991/1990	-6.6 -6.9	x x	×	-9.3 -7.0	×	-7.1 -6.3
	Total, all department stores						
17	1990 September	1,151,240	16,412	6,588	36,901	26,450	221,693
18 19	October January-October	1,205,195 10,394,461	18,026 145,721	6,446 64,021	40,027 333,768	26,519 224,881	229,065 1,975,387
20	1991 September October	1,001,933	13,731	3,934	32,755	21,626	191,642
22	January-October	1,097,727 9,469,193	15,110 132,702	4,382 41,445	36,649 309,575	25,154 206,815	208,413 1,797,662
	Percentage change						
23 24	October 1991/1990	-8.9	-16.2	-32.0	-8.4	-5.1	-9.0
	January-October 1991/1990	-8.9	-8.9	-35.3	-7.2	-8.0	-9.0

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par TABLEAU 2. province, 1990-1991

	•				· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	No
	thousands o	f dollars - milliers d	e dollars			
	1				Grands magasins traditionnels	
272,101 272,124 2,375,356	29,005 29,081 252,836	x x x	88,594 91,644 768,041	117,407 119,457 1,014,984	1990 Septembre Octobre Janvier-octobre	1 2 3
232,364 243,342 2,085,043	24,112 25,163 221,154	x x x	78,064 81,190 702,693	104,821 108,886 952,115	1991 Septembre Octobre Janvier-octobre	4 5 6
					Variation procentuelle	
-10.6 -12.2	-13.5 -12.5	×	-11.4 -8.5	-8.8 -6.2	Octobre 1991/1990 Janvier-octobre 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
					aranao magaama paparanao	
197,395 213,997 1,887,249	19,055 21,788 190,376	x x x	39,785 46,563 396,322	48,283 54,810 465,194	1990 Septembre Octobre Janvier-octobre	9 10 11
173,568 202,549 1,767,771	16,720 19,700 172,445	x x x	37,025 43,883 374,034	44,065 52,337 437,520	1991 Septembre Octobre Janvier-octobre	12 13 14
					Variation procentuelle	
-5.3 -6.3	-9.6 -9.4	×	-5.8 -5.6		Octobre 1991/1990 Janvier-octobre 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
469,496 486,121 4,262,605	48,061 50,868 443,212	31,571 35,648 300,330	128,379 138,207 1,164,364	165,690 174,267 1,480,177	1990 Septembre Octobre Janvier-octobre	17 18 19
405,931 445,891 3,852,813	40,832 44,864 393,600	27,505 30,968 - 268,216	115,089 125,073 1,076,727	148,887 161,222 1,389,635	1991 Septembre Octobre Janvier-octobre	20 21 22
					Variation procentuelle	
-8.3 -9.6	-11.8 -11.2	-13.1 -10.7	-9.5 -7.5	-7.5 -6.1	Octobre 1991/1990 Janvier-octobre 1991/1990	23 24

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991 TABLE 3.

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
140.			thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1	1990 September	35,490	41,051	x	24,660	80,496
2	October	38,216	40,741	x	25,083	80,701
3	January-October	317,671	346,418	x	210,635	678,996
4	1991 September	31,198	35,582	x	20,793	69,550
5	October	33,352	36,277	x	21,099	72,628
6	January-October	283,574	317,217	x	189,158	594,326
	Percentage change					
7	October 1991/1990	-12.7	-11.0	x	-15.9	-10.0
8	January-October 1991/1990	-10.7	-8.4	x	-10.2	-12.5
	Junior department stores					
9	1990 September	11,962	16,596	x	9,482	41,251
10	October	13,834	19,489	x	10,206	44,563
11	January-October	123,334	162,814	x	91,668	391,322
12	1991 September	11,456	14,869	x	8,481	36,100
13	October	13,212	17,492	x	10,026	41,486
14	January-October	110,817	150,212	x	84,952	358,016
	Percentage change					
15	October 1991/1990	-4.5	-10.2	x	-1.8	-6.9
16	January-October 1991/1990	-10.1	-7.7	x	-7.3	-8.5
	Total, all department stores					
17	1990 September	47,452	57,647	20,485	34,142	121,747
18	October	52,050	60,231	21,608	35,289	125,264
19	January-October	441,003	509,234	181,267	302,303	1,070,318
20	1991 September	42,653	50,452	17,737	29,274	105,649
21	October	46,564	53,769	19,309	31,125	114,115
22	January-October	394,390	467,430	159,383	274,109	952,343
	Percentage change					
23	October 1991/1990	-10.5	-10.7	-10.6	-11.8	-8.9
24	January-October 1991/1990	-10.6	-8.2	-12.1	-9.3	-11.0

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1990 TABLEAU 3.

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	N°
	thousands of d	ollars - milliers de	dollars			1
					Grands magasins traditionnels	
35,415 33,283 283,809	x x x	128,447 132,671 1,154,436	74,701 76,140 653,789	x x x	1990 Septembre Octobre Janvier-octobre	1 2 3
29,576 29,938 257,623	x x x	110,399 121,588 1,013,346	68,415 70,146 613,445	x x x	1991 Septembre Octobre Janvier-octobre	5 6
					Variation procentuelle	
-10.1 -9.2	x x	-8.4 -12.2	-7.9 -6.2		Octobre 1991/1990 Janvier-octobre 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
21,810 22,737 204,955	x x x	54,636 59,472 520,735	16,268 18,520 159,879	x x x	1990 Septembre Octobre Janvier-octobre	9 10 11
18,545 20,864 189,239	x x x	46,810 56,234 475,508	14,574 16,787 143,680	x x x	1991 Septembre Octobre Janvier-octobre	12 13 14
					Variation procentuelle	
-8.2 -7.7	x x	-5.4 -8.7	-9.4 -10.1		Octobre 1991/1990 Janvier-octobre 1991/1990	15
					Ensemble des grands magasins	
57,226 56,020 488,764	31,022 31,118 276,310	183,083 192,144 1,675,167	90,969 94,660 813,669	42,765 45,164 394,605	1990 Septembre Octobre Janvier-octobre	17 18 19
48,122 50,802 446,861	26,472 28,597 246,447	157,209 177,821 1,488,853	82,989 86,932 757,123	36,330 39,042 346,600	1991 Septembre Octobre Janvier-octobre	20 21 22
					Variation procentuelle	
-9.3 -8.6	-8.1 -10.8	-7.5 -11.1	-8.2 -6.9	-13.6 -12.2	Octobre 1991/1990 Janvier-octobre 1991/1990	23 24

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991 TABLE 4.

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
				number -	nombre		
	Major department stores						
1 2	1990 September October	329 331	3 3	1 1	10 10	5 5	53 54
3	1991 September October	330 331	2 2	1 1	11 11	5 5	55 55
	Junior department stores						
5 6	1990 September October	549 551	16 16	5 5	30 31	25 25	108 108
7 8	1991 September October	557 562	16 16	5	30 30	25 26	111 111
	Total, all department stores						
9 10	1990 September October	878 882	19 19	6	40	30 30	161 162
11 12	1991 September October	887 893	18 18	6	41 41	30 31	166 166

Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan TABLE 5. Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores					
1 2	1990 September October	14 14	22 22	6 6	12 12	29 29
3 4	1991 September October	14 14	22 22	7 7	15 14	30 30
	Junior department stores					
5 6	1990 September October	13 13	17 17	11	10 10	42 42
7 8	1991 September October	13 13	17 17	10 10	11 11	43 43
	Total, all department stores					
9	1990 September October	27 27	39 39	17 17	22 22	71
11 12	1991 September October	27 27	39 39		26 25	7:

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par TABLEAU 4. province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
130 130	13 13	13 13	49 50	52 52	1990 Septembre Octobre	1 2
130 131	13 13	12 12	49 49	52 52	1991 Septembre Octobre	3 4
					Grands magasins populaires	
219 220	22 22	22 22	45 45	57 57	1990 Septembre Octobre	5
221 223	23 23	22 22	46 46	58 60	1991 Septembre Octobre	7 8
					Ensemble des grands magasins	
349 350	35 35	35 35	94 95	109 109	1990 Septembre Octobre	9
351 354	36 36	34 34	95 95	110 112	1991 Septembre Octobre	11 12

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon TABLEAU 5. certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	No	
		number - nombre					
					Grands magasins traditionnels		
14 15	7 7	54 53	27 27	12 12	1990 Septembre Octobre	1 2	
15 15	7 7	54 54	29 29	12 12	1991 Septembre Octobre	3 4	
					Grands magasins populaires		
21 : 21	13 13	58 59	17 17	16 16	1990 Septembre Octobre	5 6	
22	13 13	60 60	17 17	17 17	1991 Septembre Octobre	7 8	
					Ensemble des grands magasins		
35 36	20 20	112 112	44 44	28 28	1990 Septembre Octobre	9	
37 37	20 20	114 114	46 46	29 29	1991 Septembre Octobre	11 12	



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins							
Period Période	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires			
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution		
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	9/		
1989								
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.9 39.3 41.3 41.4 42.4 43.3 39.3 41.3 42.4 42.4 42.4		
990								
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre Jecember – Décembre Jecember – Décembre	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40. 43. 46. 45. 43. 45. 41. 43. 43.		
991				į				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre Ocember - Décembre Ocember - Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917 934,038 1,072,909 1,001,933 1,097,727	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850 579,802 510,423 573,252 584,682 609,166	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2 54.6 53.4 58.4 55.5	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115 423,615 499,658 417,251 488,560	44. 45. 44. 46. 45. 43. 45. 46. 41.		

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-October - Janvier-octobre

	Department	Sales - \	Change 1991/1990	
	Rayon	1990	1991	Variation
).				1991/1990
·		thousands o	f dollars	per cen
		milliers de	dollars	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et tailleurs pour	123,551	111,429	-9.8
2	dames et jeunes filles	143,794	120,360	-16.3
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	792,785	739,496	-6.7
4 5	Furs - Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour	11,334		-
J	bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	450,151	427,790	-5.0
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	167,389	144,249	-13.8
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	171,457	154,061	-10.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	167,253	170,658	+ 2.0
9	Millinery - Chapeaux	14,186	10,651 122,727	-24.9 -4.8
0	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	128,856		
2	et articles de parure pour dames et fillettes  Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	148,421	134,412	-9.4
	jeunes filles et enfants	272,060	242,988	-10.7
3	Men's clothing - Vêtements pour hommes	194,789	161,791	-16.9
1	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	661,805	608,439	-8.
5	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	186,602	164,657	-11.
5 7	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	142,757 262,818	129,246 233,298	-9.i -11.i
7 3	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes  Toiletries, cosmétiques et médicaments	678,768	631,253	-7.0
9	Photographic equipment and supplies – Appareils et fournitures photographiques	95,956	88,321	-8.0
C	Piece goods - Tissus à la pièce	27,759	23,157	-16.6
1	Linens and domestics - Literie et linge de maison	435,052	406,704	-6.:
2	Smallwares and notions - Menus articles	95,171	88,166	-7.4
3	China and glassware - Porcelaine et verrerie	150,120	132,867	-11.
	Floor coverings - Revêtements de plancher	126,659	100,059 122,611	-21. -15.
5	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes,	145,005		-4.
7	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison Furniture - Meubles	89,982 551,778	85,882 463,978	-15.
8	Major appliances - Gros appareils ménagers	466,086	397,816	-14.0
9	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et	465,166	401,796	-13.0
	petits appareils électriques	370,281	361,809	-2.3
1	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie,	329,840	311,239	-5.
3	chauffage et construction  Jewellery - Bijouterie	105,483	82,543	-21. -11.
4	Toys and games - Jouets et jeux	197,303   224,383	175,527 214,132	-4.
5	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	403,444	372,259	-7.
6	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence,	292,054	269,646	-7.
	huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	123,165	111,810	-9.
8	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	201,638	184,088	-8.
9	Repairs and services - Services et travaux de réparation	274,610	243,905	-11.
0	All other departments - Tous autres rayons	504,747	523,372	+3.
.1	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	10,394,461	9,469,193	-8.

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991 TABLE 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, TABLEAU 8. 1990-1991

			Una	djusted - Non désaisonnalisés					
		199	90	199	)1	Change -	· Variation		
	Department Rayon	September	October	September	October	October/ September	October 1991/1990		
No.		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre	Octobre/ septembre 1991	Octobre 1991/1990		
		thou	sands of dolla	rs - milliers de	e dollars	per cent -	pourcentage		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de menage, tabliers	70.015							
2	et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et	70,315	78,634	65,282	76,340	+ 16.9	-2.9		
3	tailleurs pour dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear - Vêtements sports	100,290	96,516	94,862	96,060	+ 1.3	-0.5		
4	pour dames et jeunes filles Furs - Fourrures	358,800 19,978	364,629 19,411	360,568	393,044	+ 9.0	+7.8		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment — Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	217,964	226,847	224,872	233,159	+3.7	+2.8		
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	91,419	102,713	84,801	94,942	+ 12.0	-7.6		
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	109,953	131,695	99,173	119,736	+20.7	-9.1		
8	Intimate apparel - Sous-vêtements Millinery - Chapeaux	87,568 12,266	91,383	99,999	108,078	+8.1	+ 18.3		
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	74,262	75,664	11,569 77,827	12,458 78,287	+7.7 +0.6	+3.5		
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear – Chaussures	102,333	121,379	103,061	124,206	+ 20.5	+2.3		
13	pour dames, jeunes filles et enfants Men's clothing – Vêtements pour hommes	146,818 167,335	160,115 174,990	155,697 139,943	158,729 153,269	+ 1.9 + 9.5	-0.9 -12.4		
14 15	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles	346,949	389,389	349,411	392,412	+ 12.3	0.8		
16	d'habillement pour garçons  Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes	65,047	69,139	76,675	75,749	-1.2	+9.6		
17	et garçons Food and kindred products – Produits alimentaires	88,792	104,945	81,089	86,114	+6.2	-17.9		
18	et connexes Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette,	57,187	72,091	66,276	88,035	+ 32.8	+ 22.1		
19	cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies – Appareils et	339,528	403,564	371,646	445,391	+ 19.8	+ 10.4		
20	fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	50,221 22,753	55,720 21,444	53,409 22,096	58,924 23,007	+ 10.3 + 4.1	+5.8 +7.3		
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	226,211	245,125	277,402	297,522	+7.3	+21.4		
22 23	Smallwares and notions - Menus articles China and glassware - Porcelaine et verrerie	64,601 128,400	65,338 143,323	70,443 136,872	70,952 158,985	+0.7	+8.6 +10.9		
24 25	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures,	64,410	65,752	68,547	74,106	+8.1	+ 12.7		
26	rideaux et housses  Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -	84,093	85,206	74,388	73,363	-1.4	-13.9		
	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	91,025	85,224	67,324	70,554	+ 4.8	-17.2 + 1.4		
27 28	Furniture - Meubles Major appliances - Gros appareils ménagers	171,943 112,937	174,024	178,122 100,614	176,491 105,029	-0.9 +4.4	-10.7		
29 30	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical applianges - Articles de ménage et petits appareils électriques	262,011	299,763 270,671	292,664	325,405 275,407	+11.2	+8.6		
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,	171,470	182,504	201,548	213,121	+5.7	+ 16.8		
32	papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials - Matériel de	79,764	65,320	54,866	57,030	+ 3.9	-12.7		
33	plomberie, chauffage et construction Jewellery - Bijouterie	172,660	210,802	192,128	225,248	+ 17.2 + 10.5	+6.9		
34 35	Toys and gamés - Jouets et jeux Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	275,339 254,983	301,338 276,425	257,768 313,000	284,779 347,133	+ 10.5	+ 25.6		
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	179,686	211,220	205,362	230,421	+ 12.2	+9.1		
	supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	69,949	76,172	76,150	85,256	+ 12.0	+ 11.9		
38 39	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes Repairs and services - Services et travaux de réparations	7 309	7 164	2,267	2,087 314	-7.9 +5.4			
40	All other departments - Tous autres rayons	142,081	175,961	145,755	178,786	+22.7	+1.6		
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,322,391	5,825,385	5,500,127	6,069,929	+ 10.4	+ 4.2		

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991 TABLE 9.

		Stock-sales/Stocks-ventes						
	Department	1990		1991				
	Department	September	October	September Septembre	Octobre			
No.		Septembre	Octobre	Septembre	Octobre			
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.51	7.48	6.11	7.75			
2	Women's and misses' coats and suits	4.85 3.90	3.19 4.09	5.33 4.27	3.93 4.76			
3	Women's and misses' sportswear Furs	17.22	13.52	4.27	4.70			
4 5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.00	4.41	4.69	4.74			
6	Girls' and teenage girls' wear	4.59	5.60	5.18	5.89			
7	Lingerie and women's sleepwear	5.72 4.29	6.32 5.41	6.01 5.03	6.38 6.22			
8	Intimate apparel Millinery	7.66	5.59	11.28	7.62			
10	Women's and girls' hosiery	4.72	4.26	5.20	4.56			
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.66	5.55	6.78	6.62			
12	Women's, misses' and children's footwear	4.36	4.31 5.95	5.35 7.60	4.68 6.92			
13 14	Men's clothing Men's furnishings	4.80	5.02	5.59	5.67			
15	Boys' clothing and furnishings	2.98	3.26	4.11	4.07			
16	Men's and boys' footwear	5.31	5.78 2.15	5.70 3.29	5.10 2.80			
17 18	Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs	2.27	5.30	5.52	6.43			
19	Photographic equipment and supplies	4.95	5.76	5.89	6.46			
20	Piece goods	7.28	6.30	9.42	7.72			
21	Linens and domestics	4.82	5.22	6.30	6.61			
22	Smallwares and notions	5.69	5.47	7.10 10.36	6.46 11.04			
23 24	China and glassware Floor coverings	8.15 4.79	8.65 4.08	6.40	5.56			
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.88	5.45	6.32	5.47			
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9.60	8.42	7.78	7.68			
27	Furniture	2.82	2.92	3.58	3.51			
28 29	Major appliances Television, radio and music	1.98 4.67	2.46 5.12	2.26 6.34	2.43 6.47			
30	Housewares and small electrical appliances	6.13	6.37	6.62	6.53			
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.47	6.47	6.65	7.16			
32	Plumbing, heating and building materials	7.73	6.39	6.98	6.49			
33	Jewellery Tava and compa	7.80	9.63	10.47 12.60	11.13			
34 35	Toys and games Sporting goods and luggage	7.51	7.58 8.61	10.76	12.43			
36	Stationery, books and magazines	5.18	7.07	6.82	8.24			
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.65	4.11	5.83	5.18			
38 39	Meals and lunches Repairs and services	0.01	0.01	0.13	0.10 0.01			
40	All other departments	2.80	3.04	3.12	3.24			
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.62	4.83	5.49	5.53			

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, TABLEAU 9. Canada, 1990-1991

			ntes-stocks	Sales-stock/Ve	5
	Rayon		1991		1990
		October	September	October	September
N'		Octobre	Septembre	Octobre	Septembre
	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	0.14	0.17	0.14	0.19
1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	0.26	0.21	0.31	0.23
	Vêtements sports pour dames et jeunes filles Fourrures	0.22	0.24	0.25	0.26
5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	0.21	0.22	0.23	0.25
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	0.18	0.19	0.19	0.22
	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	0.17	0.18	0.17	0.19
8	Sous-vêtements Chapeaux	0.17	0.19	0.19	0.23 0.15
10	Bas pour dames et fillettes	0.14	0.19	0.24	0.21
1.	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	0.17	0.16	0.20	0.20
1.	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	0.22	0.19	0.24	0.24
13	Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes	0.15	0.14	0.17	0.15
15	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	0.24	0.24	0.32	0.34
16	Chaussures pour hommes et garçons	0.20	0.18	0.19	0.19
17	Produits alimentaires et connexes	0.41	0.34 0.19	0.52	0.50
18	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques	0.17	0.19	0.18	0.20
20	Tissus à la pièce	0.13	0.11	0.15	0.14
2	Literie et linge de maison	0.16	0.16	0.20	0.21
22	Menus articles Porcelaine et verrerie	0.16	0.14	0.18 0.12	0.18
24	Revêtements de plancher	0.19	0.16	0.25	0.21
25	Tentures, rideaux et housses	0.18	0.16	0.18	0.17
26	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	0.13	0.13	0.11	0.11
27	Meubles Gros appareils ménagers	0.28	0.28 0.46	0.34	0.35
29	Téléviseurs, radios et musique	0.16	0.16	0.21	0.22
30	Articles de ménage et petits appareils électriques	0.16	0.16	0.17	0.17
3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	0.14	0.15	0.16	0.19
32	Matériel de plomberie, chauffage et construction  Bijouterie	0.16	0.15	0.14	0.13
34	Jouets et jeux	0.15	0.09	0.14	0.10
35	Articles de sport et valises	0.08	0.10	0.12	0.14
36	Papeterie, livres et revues	0.13	0.15	0.15	0.20
37	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	0.20	0.18	0.25	0.22
38	Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation	***		***	
40	Tous autres rayons	0.34	0.36	0.36	0.39
41	TOTAL, TOUS RAYONS	0.19	0.19	0.22	0.22

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted	Month/month per cent
Period			change	
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 - 0.1 + 1.3 + 1.1 - 0.9 + 0.4 - 0.7 + 0.5 + 0.3 - 0.2
1989	2 201 220	. 2.0	4 606 210	
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+3.9 +2.0 -0.5 +3.7 +3.5 +2.2 +3.5 +3.4 +5.7 +7.8 +5.3 +3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+ 1.1 + 1.2 - 3.7 + 4.4 + 0.2 - 0.6 + 1.2 - 1.2 + 2.1 + 2.0 - 1.6 - 0.7
1990				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 +1.9 -2.0 +1.9 -0.6 +0.7 +1.1 +1.8 +0.7 -0.2 +0.5
1991				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Decembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133 4,781,413 5,107,840 5,500,127 6,069,929	-3.6 -1.7 + 0.4 + 2.6 + 4.3 + 4.7 + 3.3 + 3.5 + 3.3 + 4.2	4,556,526 4,757,605 4,847,027 4,892,503 4,997,439 5,065,660 5,029,538r 5,098,520r 5,132,603r 5,124,017p	-7.6 +4.4 +1.9 +0.9 +2.1 +1.4 -0.7r +1.4r +0.7r -0.2p

TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, <sup>1</sup> Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir¹, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month	1989	1000		Change from previous month	Change 1991/1990
Mois	1989	1990	1991	Variation par rapport au mois précédent	Variatior 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - por	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426 3,061,188 3,002,453 2,837,616 2,979,894 3,224,942 de dollars	-12.5 -1.0 +1.2 +6.8 +2.5 +2.4 -1.9 -5.9 +4.8 +8.2	-8.5 -7.6 -4.0 +2.3 +5.0 +6.5 +6.8 +1.8 +2.7 +8.8
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés	11.milene er e	Silaro Milliono	de donars		
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,967.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668 2,727 2,849 2,993 3,038 3,083 3,112r 2,985r 3,017r 3,179p	-5.3 +2.2 +4.5 +5.1 +1.5 +1.6 +0.8r -4.1r +1.1r +5.4p	-7.9 -7.4 -2.6 +2.3 +2.5 +3.8 +5.1r +1.4r +2.9r +8.6p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



#### Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

#### Appendice I

#### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

#### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

#### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the reliability of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite"

#### Appendix II

# List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### **Junior Department Store Organizations**

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

#### Appendice II

#### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - October Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Octobre

	Respon Taux de	Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>	
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>	
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		80.0	99.9

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

### TEXT TABLE II. TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	19	90	1991			
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays		
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis		
January - Janvier	26	4	26	4		
February - Février	24	4	24	4		
March - Mars	27	5	26	5		
April - Avril	24	4	26	4		
May - Mai	26	4	26	4		
June - Juin	26	5	26	5		
July - Juillet	25	4	26	4		
August - Août	27	4	26	5		
September - Septembre	24	5	24	4		
October - Octobre	26	4	26	4		
November - Novembre	26	4	26	5		
December - Décembre	25	5	25	4		

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez fôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations.

Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

The organizational units are the department store companies.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

#### FOR FURTHER READING

Selected Publications from Statistics Canada

#### LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmis les publications de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks. Monthly, Bilingual.	Ventes et stocks des grands magasins. Mensuel, Bilingue.	63-002
Department Store Sales by Region. Advance Release. Monthly, Bilingual.	Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. <i>Mensuel, Bilingue.</i>	63-004
Retail Trade. Monthly, Bilingual.	Commerce de détail. Mensuel, Bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales. Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs. Mensuel, Bilingue.	63-007
Merchandising Inventories. Monthly, Bilingual.	Stocks commerciaux. Mensuel, Bilingue.	63-014
Retail Chain and Department stores. Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins. Annuel, Bilingue.	63-210
Vending Machine Operators. Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques. Annuel, Bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada. Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada. Annuel, Bilingue.	63-218
Campus Bookstores. Annual, Bilingual.	Librairies de campus. Annuel, Bilingue.	63-219
Market Research Handbook. Annual, Bilingual.	Recueil statistique des études de marché. Annuel, Bilingue.	63-224
Retail Trade Historical Statistics. 1972-1979. Occasional, Bilingual.	Commerce de détail statistiques historiques. 1972-1979. Hors série, Bilingue.	63-538

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

#### Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada. Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande passée par téléphone ou télécopieur.

#### Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F au catalogue, prix Canada: \$13.95 \$, États-Unis: 17 \$ US, et Autres pays: 20 \$ US.

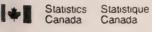


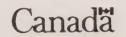
#### ORDER FORM

#### Statistics Canada Publications

MAIL TO: Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario, K1A 0T6  Company Department Attention Address City Postal Code Tel.		METHOD OF PAYMENT  Purchase Order Number (please enclose)  Payment enclosed \$  Bill me later (max. \$500)  Charge to my: MasterCard VISA  Account Number Expiry Date  Signature							
Postal Code		Tel.	Clien	Reference Nu	Annu	ial Subscr Book Pri	iption		
Catalogue Number		Title		Required Issue	Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$	Qty	Total \$
						S	UBTOTAL		·
Canadian customers	s add 7% Goods a	nd Services Tax.					ST (7%)		
Please note that dis might include specia	counts are applied al shipping and han	to the price of the publication and no dling charges and the GST.	t to the	total amount w	/hich	GR	AND TOTA	AL.	
Cheque or money of Clients from the Uni	order should be mad lited States and other	de payable to the Receiver General for countries pay total amount in US for	or Cana unds dr	ida/Publication awn on a US t	s. Canadia ank.	an clients	pay in Can	adian fu	
For faster service		1-800-267-667	7 1	•	•	VISA and	MasterC Accou		PF 03681 1991-01

Version française de ce bon de commande disponible sur demande







#### **BON DE COMMANDE**

#### Publications de Statistique Canada

			,						
POSTEZ À:  Vente des publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6  En caractères d'imprimerie s.v.p.)  Entreprise Service			MODALITÉS DE PAIEMENT  Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)  Paiement inclus  Envoyez-moi la facture plus tard (max. 500 \$)  Portez à mon compte : MasterCard VISA  Nº de compte						
				Date d'expiration	on [	1 1 1 1			
Ville		Province	Siona	ture			_		
		Tél	1	ero de référenc					
Numéro au catalogue		Titre		Édition demandée	Abon	nement ar de la pub États- Unis \$ US	nnuel	Qté	Total \$
			-						
							TOTAL		
Les clients ca	nadiens ajoutent la	taxe de 7 % sur les produits et services.				Т	PS (7 %)		
		s'appliquent au prix des publications et no et de manutention particuliers et la TPS.	n au to	tal général; ce	dernier	тот	AL GÉNÉ	RAL	
		être fait à l'ordre du Receveur général du r paient le montant total en dollars US tirés				ents cana	diens paie	ent en do	ollars

1-800-267-6677

This order coupon is available in English upon request



Pour un service plus rapide, composez

Canada

Comptes VISA et MasterCard PF

03681 1991-01

# HIRE OUR TEAM OF RESEARCHERS FOR \$53 A YEAR



# NOTRE ÉQUIPE DE CHERCHEURS EST À VOTRE SERVICE POUR 53\$ PAR ANNÉE

Subscribing to **Perspectives on Labour and Income** is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But **Perspectives** is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analysing the statistics to bring you simple, clear summaries of where the labour market and income distributions are headed.

Our team of experts is working to bring you the latest labour and income data. Each quarterly issue has:

- · topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- · a review of ongoing research projects
- information on new survey results

As a special bonus, twice a year you will also receive a Labour Market Review, giving you up-to-the-minute analysis and data of how the labour market has performed over the last six months or year.

#### And all for only \$53.00.

Thousands of Canadian professionals turn to **Perspectives** to discover new trends in labour and income and to stay up-to-date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find **Perspectives** indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading your first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to **Perspectives** today.

#### **ORDER NOW!**

For only \$53 (plus \$3.71 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$64 for U.S. customers and US\$74 for customers outside North America.

North America. Fax your Visa or MasterCard order to: 613-951-1584 Call toll free:

#### 1-800-267-6677

Or mail to:
Publication Sales and Service
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6
Or contact your nearest
Statistics Canada Reference
Centre listed in this
publication.

S'abonner à **L'emploi et le revenue en perspective**, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les tendances actuelles du marché du travail et de la répartition des revenus.

Notre équipe de spécialistes travaille activement afin de mettre à votre disposition des données actuelles sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez

- des articles de fond rédigés par des spécialistes de l'emploi et du revenu;
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu;
- un aperçu des projets de recherche en cours:
- de l'information provenant des nouvelles enquêtes.

En plus, vous recevrez une revue du marché du travail, un supplément publié deux fois par année.

#### Tout cela pour 53 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent **Perspective** pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que **L'emploi et le revenu en perspective** deviendra pour vous un outil indispensable. Nous le garantissons. Si vous n'êtes pas satisfaits après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à **Perspective** dès aujourd'hui.

#### ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT?

Pour 53 \$ seulement (plus 3,71 \$ de TPS), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année).

L'abonnement est de 64 \$ US aux États-Unis et de 74 \$ US à l'extérieur de l'Amérique du Nord.
Faites parvenir votre commande par télécopieur (Visa ou MasterCard):
613-951-1584

par téléphone (sans frais) :

#### 1-800-267-6677

par courrier:
Publications - Ventes et services
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
ou contactez le bureau de Statistique
Canada le plus proche.
(Voir la liste dans la
présente publication.)



# What happened to the cost of living last month?

#### The Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), **The Consumer Price Index** gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- · health and personal care
- food
- · recreation, reading and education
- clothing
- tobacco products and alcoholic
- housing beverages

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of change.

Get the facts.

Subscribe to **The Consumer Price Index** (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$93 in Canada, US\$112 in the United States and US\$130 in other countries.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre\_listed in this publication.



### Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

### 'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, **L'indice des prix à la consommation** vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur:

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changement.

#### Abonnez-vous!

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 93 \$ au Canada, 112 \$ US aux États-Unis et 130 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using VISA or MasterCard, call toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte VISA ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677



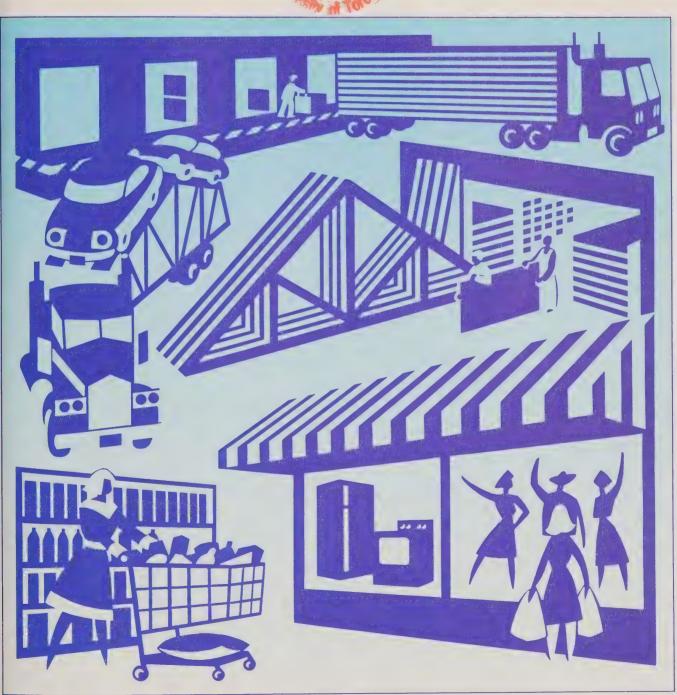
# Department store sales and stocks

November 1991



# Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1991





#### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

#### **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver .	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by	
NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

#### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto

Credit card only (973-8018)

#### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

#### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Br et Île-du-Prince-Édouard	runswick 1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-3028

#### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

November 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1992

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1992

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 56, No. 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1992

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1 A OT6.

Juillet 1992

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

Nº 63-002 au catalogue, vol. 56, nº 11

ISSN 0380-7045

Ottawa

#### Note of Appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

#### Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

#### **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

#### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

#### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- D. Roeske, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

#### Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

#### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions. Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- D. Roeske, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

#### **Table of Contents**

#### Table des matières

		Page			Page
High	lights	5	Poin	ts saillants	5
Table	e		Table	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

30

For Further Reading

#### TABLE DES MATIÈRES - fin TABLE OF CONTENTS - Concluded Page Page **Appendice Appendix** I. Champ de l'enquête 25 25 I. Scope of the Survey Notes explicatives 26 **Explanatory Notes** 26 II. Liste des organisations des grands magasins 28 II. List of Departement Store Organisations 28 Tableau explicatif **Text Table** I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada 29 I. Measures of Reliability, Department 29 Stores, Canada, II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 II. Number of Shopping Days, by Month, 29 1990 and 1991 29 et 1991

Lectures suggérées

30

#### **Highlights**

#### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,063 million in November 1991, an increase of 0.8% from the previous month's total (revised) of 1,055 million.
- The increase in sales of 0.8% in November represented the first increase in sales following three consecutive monthly declines. This increase was not large enough to offset the declining sales trend in 1991.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,171 million at the end of November, an increase of 0.7% from the October 1991 value (revised) of \$5,133 million.

#### Faits saillants

#### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour novembre 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,063 millions, une hausse par rapport à l'estimation révisée d'octobre (1,055 millions).
- L'augmentation de 0.8% dans les ventes en novembre, représente la première hausse des quatre derniers mois. Cette augmentation n'influencera pas la tendance à la baisse observée depuis le début de l'année 1991.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 0.7% par rapport au mois précédent (\$5,133 millions chiffre révisé) et s'élevait à la fin de novembre 1991 à \$5,171 millions.

#### Note to Users

Departement store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1991 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in departement store sales for 1990 is available for Canada.

#### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted -	<ul> <li>Non désaisor</li> </ul>	nnalisées	
		1990	199 <sup>-</sup>	1	Change Variation	
	Department	October	November	October	November	Novembe 1991/1990
		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre	Novembre 1991/1990
Vo.			thousands of	f dollars		per cen
			milliers de d	dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	10,510	13,973	9,846	12,446	-10.9
2	aprons and uniforms Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	30,265 89,200	30,550 93,218	24,429 82,544	26,848 92,545	-12. -0.
4 5	Furs Infants' and children's wear and nursery equipment	1,435 51,436	2,707 60,141	49,158	57,917	-3.
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	18,334 20,853 16,907 2,343 17,760	24,828 32,769 18,090 3,551 19,205	16,109 18,765 17,367 1,636 17,170	22,697 29,812 19,133 2,311 19,074	-8.0 -9.0 + 5.0 -34.0 -0.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	21,853	31,019	18,757	27,463	-11.
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	37,120 29,395 77,568 21,179	41,115 37,297 113,473 28,170	33,907 22,144 69,207 18,600	38,020 28,857 104,281 24,840	-7.5 -22.1 -8. -11.1
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	18,151 33,549 76,206 9,665 3,403	24,822 39,453 92,828 13,093 3,671	16,901 31,468 69,307 9,118 2,980	23,330 37,860 90,964 12,744 3,378	-6. -4. -2. -2. -8.
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	46,934 11,942 16,571 16,097 15,648	50,336 13,941 25,233 18,395 16,273	45,022 10,989 14,398 13,339 13,402	53,208 13,081 22,767 16,602 14,209	+ 5. -6. -9. -9.
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10,119	16,327	9,190	12,472	-23.
27 28 29 30	Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	59,556 47,830 58,546 42,520	61,919 59,427 74,039 55,151	50,228 43,258 50,294 42,166	51,938 45,437 75,587 51,276	-16. -23. + 2. -7.
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	28,221   10,219 21,895 39,763 32,108	41,503 12,136 35,328 70,362 44,795	29,758 8,785 20,232 40,856 27,936	37,446 9,917 34,752 70,691 42,008	-9. -18. -1. +0. -6.
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	29,862 18,534	45,173 20,202	27,965 16,468	41,464 18,616	-8. -7.
38 39 40	Meals and lunches Repairs and services All other departments	21,484 32,362 57,853	25,618 34,930 78,269	20,076 28,799 55,152	25,439 29,962 78,619	-0. -14. +0.
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,205,195	1,523,336	1,097,727	1,420,011	-6.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

			District	Casasalli				
		onnalisees	justed - Désais	Seasonally adj				
	Change		1001	1991				
	Variation		1991					
n	November/ October 1991	November <sup>p</sup>	October <sup>r</sup>	September <sup>r</sup>	August r			
	Novembre/ Octobre 1991	Novembre <sup>p</sup>	Octobre <sup>r</sup>	Septembre <sup>r</sup>	Août r			
	per cent		of dollars	thousands o				
	pourcentage		dollars	milliers de	1			
s, robes de ménage, tabliers et uniformes ur dames et jeunes filles	-3.3	10,611	10,971	11,038	11,402			
eaux et tailleurs pour dames et jeunes filles nents sports pour dames et jeunes filles ures	+4.7 +3.3	13,784 81,002	13,162 78,446	14,244 78,884	13,267 80,613			
nents pour bébés et enfants et articles chambres d'enfants	+ 2.3	46,844	45,811	45,211	46,246			
nents de fillettes et d'adolescentes rie et vêtements de nuit pour dames vêtements eaux our dames et fillettes	+ 2.5 + 1.3 + 0.5 -3.9 + 0.2	16,131 19,501 18,607 1,157	15,733 19,245 18,522 1,204	16,040 19,281 18,550 1,222	16,407 19,431 18,476 1,389			
s, moufles et articles de parure pour dames	-0.1	14,218 16,378	14,188 16,398	14,163 16,778	14,095 18,605			
fillettes ssures pour dames, jeunes filles et enfants nents pour hommes es d'habillement pour hommes nents et articles d'habillement pour garçons	-0.7 -0.9 +0.7 -0.4	26,150 17,309 72,700 18,146	26,342 17,458 72,179 18,228	26,395 18,414 72,521 18,555	26,177 19,112 78,790 19,044			
ssures pour hommes et garçons uits alimentaires et connexes es de toilette, cosmétiques et médicaments reils et fournitures photographiques s à la pièce	-0.9 +5.1 +0.4 +3.1 +2.3	14,682 29,863 75,341 10,700 2,419	14,813 28,416 75,007 10,375 2,365	14,284 26,483 75,590 10,261 2,315	14,623 27,815 74,626 10,376 2,493			
e et linge de maison is articles elaine et verrerie tements de plancher ires, rideaux et housses	+1.3 -0.7 +2.4 +7.3 +0.9	45,705 9,491 16,459 11,524 12,204	45,098 9,556 16,075 10,741 12,095	44,793 9,352 16,230 10,751 12,173	44,819 9,941 16,633 10,750 12,825			
es, tableaux, miroirs et autres articles	-3.4	9,022	9,335	9,835	10,041			
ameublement pour la maison iles appareils ménagers iseurs, radios et musique es de ménage et petits appareils électriques	+0.7 -6.6 +5.7 -2.9	45,521 38,124 51,662 41,298	45,206 40,826 48,856 42,551	47,069 40,974 47,871 41,879	48,444 43,002 49,091 41,945			
caillerie, peinture, papier-tenture, etc. riel de plomberie, chauffage et construction terie ts et jeux es de sport et valises	-6.0 -3.1 +2.0 -3.1 +2.0	32,378 8,535 23,709 33,450 39,315	34,446 8,806 23,237 34,536 38,552	34,967 8,505 22,273 31,649 39,448	33,316 8,717 23,401 33,037			
terie, livres et revues nce, huile, accessoires d'automobile,	-2.6 + 9.8	31,613 13,045	32,471 11,881	31,616 13,062	41,801 32,801 13,058			
paration et fournitures is et casse-croûtes ces et travaux de réparation autres rayons	+ 2.3 -2.5 + 5.1	20,491 24,482 61,884	20,026 25,118 58,895	19,956 25,949 58,202	19,960 25,003			
AL, TOUS RAYONS	+ 0.8	1,063,215	1,054,983	1,063,373	58,580   1,086,160			

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, TABLE 2. 1990-1991

	1990-1991						
	Turn of descriment store	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
	Type of department store	Canada	Terre- Neuve	Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	Guenec
0.			thousa	nds of dollars -	milliers de dolla	ırs	
	Major department stores						
1 2 3	1990 October November January-November	681,974 858,285 6,693,575	x x x	x x x	13,152 19,654 132,518	x x x	126,204 151,395 1,210,057
4 5 6	1991 October November January-November	609,166 788,923 6,013,758	x x x	x x x	12,282 19,094 123,155	x x x	112,855 135,691 1,074,526
	Percentage change						
7	November 1991/1990 January-November 1991/1990	-8.1 -10.2	×	×	-2.8 -7.1	×	-10.4 -11.2
	Junior department stores						
9	1990 October November January-November	523,221 665,051 5,224,222	x x x	x x x	26,875 41,160 262,061	x x x	102,861 122,329 1,039,051
12 13 14	1991 October November January-November	488,560 631,088 4,875,447	x x x	x x x	24,368 35,255 240,771	x x x	95,558 116,934 975,762
	Percentage change						
15 16	November 1991/1990 January-November 1991/1990	-5.1 -6.7	×	x x	-14.3 -8.1	x x	-4.4 -6.1
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 October November January-November	1,205,195 1,523,336 11,917,797	18,026 26,898 172,619	6,446 9,090 73,111	40,027 60,815 394,583	26,519 39,550 264,431	229,065 273,724 2,249,111
20 21 22	1991 October November January-November	1,097,727 1,420,011 10,889,204	15,110 22,464 155,166	4,382 6,347 47,792	36,649 54,349 363,924	25,154 36,378 243,193	208,413 252,625 2,050,287
	Percentage change						
23 24	November 1991/1990 January-November 1991/1990	-6.8 -8.6	-16.5 -10.1	-30.2 -34.6	-10.6 -7.8	-8.0 -8.0	-7.7 -8.8

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par TABLEAU 2. province, 1990-1991

P.	TOVITICE, 1990					
Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
	thousands or	f dollars - milliers de	e dollars			
			1		Grands magasins traditionnels	
272,124 347,772 2,723,128	29,081 39,292 292,128	x x x	91,644 112,294 880,335	119,457 145,274 1,160,258	1990 Octobre Novembre Janvier-Novembre	1 2 3
243,342 324,374 2,409,417	25,163 33,633 254,787	x x x	81,190 100,676 803,369	108,886 138,543 1,090,658	1991 Octobre Novembre Janvier-Novembre	4 5 6
					Variation procentuelle	
-6.7 -11.5	-14.4 -12.8	x x	-10.3 -8.7		Novembre 1991/1990 Janvier-Novembre 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
213,997 275,398 2,162,647	21,788 27,500 217,876	x x x	46,563 54,809 451,131	54,810 64,693 529,887	1990 Octobre Novembre Janvier-Novembre	9 10 11
202,549 266,582 2,034,353	19,700 24,571 197,016	x x x	43,883 53,817 427,851	52,337 63,762 501,282	1991 Octobre Novembre Janvier-Novembre	12 13 14
					Variation procentuelle	
-3.2 -5.9	-10.7 -9.6	×	-1.8 -5.2		Novembre 1991/1990 Janvier-Novembre 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
486,121 623,170 4,885,775	50,868 66,791 510,003	35,648 46,228 346,558	138,207 167,104 1,331,468	174,267 209,966 1,690,143	1990 Octobre Novembre Janvier-Novembre	17 18 19
445,891 590,956 4,443,769	44,864 58,204 451,804	30,968 41,890 310,106	125,073 154,492 1,231,219	161,222 202,305 1,591,940	1991 Octobre Novembre Janvier-Novembre	20 21 22
					Variation procentuelle	
-5.2 -9.0	-12.9 -11.4	-9.4 -10.5	-7.5 -7.5		Novembre 1991/1990 Janvier-Novembre 1991/1990	23 24

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected TABLE 3. Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		1	thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1	1990 October November	38,216 45,755	40,741 50,403	×	25,083 32,066	80,701 96,862
2	January-November	363,426	396,821	x	242,701	775,858
4	1991 October	33,352	36,277 44,757	×	21,099 28,398	72,628 87,982
5 6	November January-November	41,396 324,970	361,974	X	217,556	682,308
	Percentage change					
7 8	November 1991/1990 January-November 1991/1990	-9.5 -10.6	-11.2 -8.8	×	-11.4 -10.4	-9.2 -12.1
	Junior department stores					
9	1990 October November	13,834 15,090	19,489 22,529	×	10,206 13,604	44,563 52,183
11	January-November	138,424	185,343	x	105,272	443,505
12 13	1991 October November	13,212 15,344	17,492 21,364	x x	10,026 13,060	41,486 50,137
14	January-November	126,161	171,576	x	98,012	408,153
	Percentage change					
15 16	November 1991/1990 January-November 1991/1990	+ 1.7	-5.2 -7.4	x x	-4.0 -6.9	-3.9 -8.0
	Total, all department stores					
17	1990 October	52,050	60,231	21,608	35,289	125,264
18 19	November January-November	60,846 501,849	72,932 582,166	32,287 213,554	45,671 347,974	149,045 1,219,363
20	1991 October	46,564	53,769	19,309	31,125	114,115
21	November January-November	56,740 451,130	66,122 533,552	28,787 188,170	41,458 315,567	138,119 1,090,462
	Percentage change					
23 24	November 1991/1990 January-November 1991/1990	-6.7 -10.1	-9.3 -8.4	-10.8 -11.9	-9.2 -9.3	-7.3 -10.6

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1990 TABLEAU 3.

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No
	thousands of	dollars - milliers de	dollars			
					Grands magasins traditionnels	
33,283 42,356 326,165	x x x	132,671 161,954 1,316,390	76,140 90,124 743,913	x x x	1990 Octobre Novembre Janvier-Novembre	1 2 3
29,938 39,332 296,955	× × ×	121,588 158,216 1,171,562	70,146 87,910 701,355	x x x	1991 Octobre Novembre Janvier-Novembre	4 5 6
					Variation procentuelle	
-7.1 -9.0	×	-2.3 -11.0	-2.5 -5.7	. X	Novembre 1991/1990 Janvier-Novembre 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
22,737 28,669 233,624	x x x	59,472 72,237 592,972	18,520 21,464 181,343	x x x	1990 Octobre Novembre Janvier-Novembre	9 10 11
20,864 29,059 218,298	x x x	56,234 69,466 544,974	16,787 19,691 163,371	x x x	1991 Octobre Novembre Janvier-Novembre	12 13 14
					Variation procentuelle	
+ 1.4	x x	-3.8 -8.1	-8.3 -9.9		Novembre 1991/1990 Janvier-Novembre 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
56,020 71,025 559,789	31,118 37,249 313,559	192,144 234,191 1,909,358	94,660 111,588 925,257	45,164 59,537 454,142	Novembre	17 18 19
50,802 68,391 515,252	28,597 33,730 280,177	177,821 227,682 1,716,535	86,932 107,601 864,724	39,042 51,606 398,206	Novembre	20 21 22
					Variation procentuelle	
-3.7 -8.0	-9.4 -10.6	-2.8 -10.1	-3.6 -6.5	-13.3 -12.3	1	23 24

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990 -1991

Type of department store		Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
				number -	- nombre		
Major d	epartment stores						
		331 333	3	1	10 10	5 5	54 54
		331 331	2 2	1	11	5 5	55 55
Junior o	department stores						
1990 O	ctober	551 554	16 16	5 5	31 31	25 25	108 109
		562 567	16 16	5 5	30 30	26 26	111 112
Total, a	Il department stores						
1990 C	October	882 887	19 19	6	41 41	30 30	162 163
		893 898	18 18	6	41 41	31 31	166 167
	Major d 1990 O N 1991 O N 1991 O N 1991 O N Total, a 1990 O N 1991 O	Major department stores  1990 October November  1991 October November  Junior department stores  1990 October November  1991 October November  Total, all department stores  1990 October November  Total, november	Major department stores         1990 October November       331 November         1991 October November       331 November         Junior department stores         1990 October November       551 November         1991 October November       562 November         Total, all department stores         1990 October November       882 November         1991 October November       887 November         1991 October November       887         1991 October       893	Type of department store   Canada   Terre-Neuve	Type of department store  Canada  Terre-Neuve    Neuve   Neuve   Neuve	Type of department store   Canada   Iand   Iand   Iand   Island   Island   Island   Island   Island   Island   Iand   Island   Island   Iand   Island   Island   Iand   Iand	Type of department store  Canada  Terre-Neuve    Prince-Edouard   Nouvelle-Prince-Ecosse

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of dep	partment store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
					number - nombre		
	Major depa	artment stores					
1 2	1990 Octob Nove	ober ember	14 14			12 14	29 29
3 4	1991 Octob Nove	ober ember	14 14			14 14	
	Junior dep	partment stores					
5 6	1990 Octob Nove	ober ember	13 13			10 10	42
7 8	1991 Octob Nove	ober ember	13 13	1		1	43
	Total, all d	department stores					
9 10	1990 Octol		27 27			22 24	7
11 12	1991 Octob Nove	ober rember	27 27		-	25 25	

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par TABLEAU 4. province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasın	No
		number - nombre				
					Grands magasins traditionnels	
130	13	13	50	52	1990 Octobre	1 2
132	13	13	50	52	Novembre	
131	13	12	49	52	1991 Octobre	3 4
131	13	12	49	52	Novembre	
					Grands magasins populaires	
220	22	22	45	57	1990 Octobre	5 6
220	23	22	46	57	Novembre	
223	23	22	46	60	1991 Octobre	7 8
225	23	22	48	60	Novembre	
					Ensemble des grands magasins	
350	35	35	95	109	1990 Octobre	9
352	36	35	96	109	Novembre	
354	36	34	95	112	1991 Octobre	11 12
356	36	34	97	112	Novembre	

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon TABLEAU 5. certaines régions métropolitaines, 1990-1991

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasın	Nº	
		number - nombre					
					Grands magasins traditionnels		
15 14	7	53 53	27 27	12 12	1990 Octobre Novembre	1 2	
15 15	7 7	54 54	29 29	12 12	1991 Octobre Novembre	3 4	
					Grands magasins populaires		
21 21	13 13	59 59	17 17	16 17	1990 Octobre Novembre	5 6	
22 23	13 13	60 61	17 17	17 17	1991 Octobre Novembre	7 8	
					Ensemble des grands magasins		
36 35	20 20	112 112	44 44	28 29	1990 Octobre Novembre	9	
37 38	20 20	114 115	46 46	29 29	1991 Octobre Novembre	11 12	



TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins						
Period Période	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1989							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7	
1990							
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7	
1991			075.014	55.5	200 688	44.5	
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre Year - Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917 934,038 1,072,909 1,001,933 1,097,727 1,420,011	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850 579,802 510,423 573,252 584,682 609,166 788,923	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2 54.6 53.4 58.4 55.5 55.6	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115 423,615 499,658 417,251 488,560 631,088	45.9 44.1 46.0 45.9 43.8 45.4 46.0 41.0 44.5	

Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991 TABLE 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-November - Janvier-novembre

TABLEAU 7.

	Department	Sales - Ventes		Change 1991/1990
		1000	1001	Variatio
1	Rayon	1990	1991	Variatio 1991/199
),		thousands of	of dollars	per cei
			milliers de dollars	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	137,524	123,875	-9.
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	174,344	147,208	-15
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	886,003	832,041	-6
4	Furs - Fourrures	14,041		
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	510,292	485,707	-4
6 7	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	192,217 204,226	166,946   183,873	-13 -10
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	185,343	189,791	+2
9	Millinery - Chapeaux  Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	17,737 148,061	12,962 141,801	-26 -4
1	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	179,440	161,875	-9
2	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames,	212 175	281.008	-1(
3	jeunes filles et enfants  Men's clothing - Vêtements pour hommes	313,175 232,086	190,648	-17
4	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	775,278	712,720	- {
5 6	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	214,772 167,579	189,497 152,576	-11
7	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	302,271	271,158	-10
8	Toiletries, cosmetics and drugs – Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	771,596	722,217 101,065	-1
9 0	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	109,049	26,535	-1.
1	Linens and domestics - Literie et linge de maison	485,388	459,912	-
2	Smallwares and notions - Menus articles	109,112	101,247	
3	China and glassware - Porcelaine et verrerie	175,353 145,054	155,634 116,661	-1 -1
4 5	Floor coverings - Revêtements de plancher   Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	161,278	136,820	-1
6	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes,			
7	tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison  Furniture – Meubles	106,309 613,697	98,354 515,916	-1
8	Major appliances - Gros appareils ménagers	525,513	443,253	-1
9	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique  Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et	539,205	477,383	-1
0	petits appareils électriques	425,432	413,085	
1	Hardware, paints, wallpaper, etc. – Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie,	371,343	348,685	
2	chauffage et construction	117,619 232,631	92,460 210,279	-2
3 1	Jewellery - Bijouterie Toys and games - Jouets et jeux	294,745	284,823	
5	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	448,239	414,267	
6	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	337,227	311,110	
7	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies – Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	143,367	130,426	
8	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	227,256	209,527	
9	Repairs and services - Services et travaux de réparation	309,540	273,867	-1
0	All other departments - Tous autres rayons	583,016	601,991	+
1	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	11,917,797	10,889,204	

Department Store Monthly Stocks, Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991 TABLE 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, TABLEAU 8. 1990-1991

	1990-1991							
		Unadjusted - Non désaisonr			désaisonnalis	alises		
		199	0	199	1	Change -	Variation	
	Department Rayon	October	November	October	November	November/ October 1991	November 1991/1990	
No.		Octobre	Novembre	Octobre	Novembre	Novembre/ Octobre 1991	Novembre 1991/1990	
		thous	sands of dollars	- milliers de	dollars	per cent -	pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers						0.0	
2	et uniformes pour dames et jeunes filles  Women's and misses' coats and suits - Manteaux et	78,634	74,826	76,340	73,340	-3.9	-2.0	
3	tailleurs pour dames et jeunes filles Women's and misses' sportswear – Vêtements sports	96,516	78,099	96,060	74,998	-21.9	-4.0	
4	pour dames et jeunes filles Furs – Fourrures	364,629 19,411	356,941 16,350	393,044	408,467	+3.9	+14.4	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment – Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	226,847	206,911	233,159	220,659	-5.4	+6.6	
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	102,713	91,129	94,942	88,787	-6.5	-2.6	
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	131,695	143,267	119,736	130,092	+8.6	-9.2	
8	Intimate apparel – Sous-vêtements Millinery – Chapeaux	91,383	97,267 11,614	108,078 12,458	110,589	+2.3	+ 13.7 -2.5	
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	75,664	75,643	78,287	80,935	+3.4	+7.0	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories – Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear – Chaussures	121,379	125,836	124,206	127,742	+2.8	+ 1.5	
	pour dames, jeunes filles et enfants Men's clothing – Vêtements pour hommes	160,115 174,990	145,674 161,364	158,729 153,269	148,634 145,191	-6.4 -5.3	+2.0	
13	Men's furnishings – Articles d'habillement pour hommes Boys' clothing and furnishings – Vêtements et articles	389,389	409,808	392,412	416,638	+6.2	+ 1.7	
15	d'habillement pour garçons	69,139	64,669	75,749	71,578	-5.5	+ 10.7	
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	104,945	100,076	86,114	87,451	+ 1.6	-12.6	
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	72,091	87,229	88,035	99,967	+ 13.6	+14.6	
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	403,564	473,138	445,391	481,564	+8.1	+1.8	
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	55,720 21,444	64,622 20,926	58,924 23,007	68.936 22,118	+ 17.0 -3.9	+ 6.7 + 5.7	
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	245,125 65.338	261,074 64,471	297,522 70,952	308,558 69,881	+ 3.7 -1.5	+ 18.2 + 8.4	
22 23 24	Smallwares and notions - Menus articles China and glassware - Porcelaine et verrerie Floor coverings - Revêtements de plancher	143,323 65,752	148,543 61,112	158,985 74,106	163,178 83,296	+ 2.6 + 12.4	+9.9	
25	Draperies, curtains and furniture coverings – Tentures, rideaux et housses	85,206	84,337	73,363	74,983	+2.2	-11.1	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	05.004	96 206	70,554	71,197	+0.9	-17.5	
27	d'ameublement pour la maison Furniture - Meubles	85,224 174,024	86,296 172,759	176,491	174,293	-1.2	+0.9	
28 29	Major appliances - Gros appareils ménagers Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique	117,672 299,763	119,692 328,232	105,029 325,405	109,408 350,179	+ 4.2 + 7.6		
30	Housewares and small electrical appliances – Articles de ménage et petits appareils électriques	270,671	288,424	275,407	297,568	+8.0	+3.2	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,	182,504	202,972	213,121	221,271	+3.8	+9.0	
32	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	65,320	59,532	57,030	58,705	+2.9		
33	Jewellery - Bijouterie	210,802 301,338	235,986 276,826	225,248 284,779	251,516 262,762	+ 11.7 -7.7	-5.1	
34 35	Toys and games - Jouets et jeux Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	276,425	319,267	347,133	336,517	-3.1 +4.1		
36 37	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile,	211,220	221,734	230,421	239,935	-6.1		
20	réparation et fournitures  Moals and lunches - Benas et casse-croûtes	76,172   7	77,222	85,256 2,087	80,052 4,605			
38	Renairs and services - Services et travaux de reparations	164 175,961	411 184,778	314 178,786	410 178,422	+30 6		
40	All other departments - Tous autres rayons ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,825,385	5,999,066	6,069,929	6,205,747	+ 2.2	+ 3.4	

Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990 -1991 TABLE 9.

			Stock-sales/Stocks-ventes						
	Department	1990	)	1991					
	Department	October	November	October	Novemb				
		Octobre	Novembre	Octobre	Novemb				
	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	7.48	5.35	7.75	5.				
	Women's and misses' coats and suits	3.19	2.56	3.93	2				
	Women's and misses' sportswear	4.09	3.83	4.76	4.				
	Furs	13.52	6.04						
	Infants' and children's wear and nursery equipment	4.41	3.44	4.74	3				
	Girls' and teenage girls' wear	5.60	3.67	5.89	3				
	Lingerie and women's sleepwear	6.32	4.37	6.38	4				
	Intimate apparel	5.41	5.38	6.22	5				
	Millinery	5.59	3.27	7.62	4				
1	Women's and girls' hosiery	4.26	3.94	4.56	4				
	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.55	4.06	6.62	4				
	Women's, misses' and children's footwear	4.31	3.54	4.68	3				
	Men's clothing	5.95	4.33	6.92					
	Men's furnishings	5.02	3.61	5.67	4				
5	Boys' clothing and furnishings	3.26	2.30	4.07	2				
3	Men's and boys' footwear	5.78	4.03	5.10	3				
	Food and kindred products	2.15	2.21	2.80	:				
3	Toiletries, cosmetics and drugs	5.30	5.10	6.43	5				
9	Photographic equipment and supplies	5.76	4.94	6.46	5				
)	Piece goods	6.30	5.71	7.72	6				
1	Linens and domestics	5.22	5.19	6.61					
2	Smallwares and notions	5.47	4.62	6.46	!				
3	China and glassware	8.65	5.89	11.04					
1	Floor coverings	4.08	3.32	5.56					
5	Draperies, curtains and furniture coverings	5.45	5.18	5.47	:				
6	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.42	5.29	7.68					
7	Furniture	2.92	2.79	3.51					
8	Major appliances	2.46	2.01	2.43					
9	Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	5.12 6.37	4.43 5.23	6.47 6.53					
1	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.47	4.89	7.16					
2	Plumbing, heating and building materials	6.39	4.91	6.49					
3 4	Jewellery Toys and games	9.63 7.58	6.68 3.93	11.13					
5	Sporting goods and luggage	8.61	7.13	12.43					
6	Stationery, books and magazines	7.07	4.91	8.24					
7	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.11	3.82	5.18					
8	Meals and lunches		3.02	0.10					
9	Repairs and services	0.01	0.01	0.01					
10	All other departments	3.04	2.36	3.24					
1	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.83	3.94	5.53					

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

		es-stocks	Sales-stock/Vent	
Rayon		1991		1990
. ays	November	October	November	October
	Novembre	Octobre	Novembre	Octobre
Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	0.17	0.14	0.18	0.14
Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	0.31	0.26	0.35	0.31
Vêtements sports pour dames et jeunes filles	0.23	0.22	0.26	0.25
Fourrures	0.06	0.01	0.15	0.07
Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	0.26	0.21	0.28	0.23
Vêtements de fillettes et d'adolescentes	0.25	0.18	0.26	0.19
Lingerie et vêtements de nuit pour dames	0.24	0.17	0.24	0.17
Sous-vêtements	0.17	0.17	0.19	0.19
Chapeaux Bas pour dames et fillettes	0.19	0.14	0.29	0.18
	0.21	0.22	0.20	0.24
Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	0.22	0.17	0.25	0.20
Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	0.25	0.22	0.27	0.24
Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes	0.19	0.15	0.22	0.17
Vêtements et articles d'habillement pour garçons	0.34	0.24	0.42	0.32
Chausauras sour hammas at agrana	0.07	0.00	0.04	0.40
Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes	0.27	0.20	0.24	0.19
Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	0.20	0.17	0.30	0.32
Appareils et fournitures photographiques	0.20	0.16	0.22	0.18
Tissus à la pièce	0.15	0.13	0.17	0.15
Literie et linge de maison	0.18	0.16	0.20	0.20
Menus articles	0.19	0.16	0.21	0.18
Porcelaine et verrerie	0.14	0.10	0.17	0.12
Revêtements de plancher Tentures, rideaux et housses	0.21	0.19	0.29	0.25
	0.13	0.10	0.19	0.18
Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	0.18	0.13	0.19	0.11
Meubles Gros appareils ménagers	0.30 0.42	0.28	0.36	0.34
Téléviseurs, radios et musique	0.42	0.42	0.50 0.24	0.41
Articles de ménage et petits appareils électriques	0.18	0.16	0.20	0.17
Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	0.17	0.14	0.22	0.16
Matériel de plomberie, chauffage et construction	0.17	0.16	0.19	0.14
·	0.15	0.10	0.16	0.11
Jouets et jeux	0.26	0.15	0.24	0.14
Articles de sport et valises	0.12	0.08	0.15	0.12
Papeterie, livres et revues	0.18	0.13	0.21	0.15
Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	0.23	0.20	0.26	0.25
Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation				
Tous autres rayons	0.44	0.34	0.43	0.36
	0.44	0.54	0.43	0.36
TOTAL, TOUS RAYONS	0.23	0.19	0.26	0.22

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Jun July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 - 0.1 + 1.3 + 1.1 - 0.9 + 0.4 - 0.7 + 0.5 + 0.3 - 0.2
1989				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 3.9 + 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+1.1 +1.2 -3.7 +4.4 +0.2 -0.6 +1.2 -1.2 +2.1 +2.0 -1.6 -0.7
1990				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 +1.9 -2.0 +1.9 -0.6 +0.7 +1.1 +1.8 +0.7 -0.2 +0.5
1991				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133 4,781,413 5,107,840 5,500,127 6,069,929 6,205,747	-3.6 -1.7 +0.4 +2.6 +4.3 +4.7 +3.3 +3.5 +3.3 +4.2 +3.4	4,556,526 4,757,605 4,847,027 4,892,503 4,997,439 5,065,660 5,029,538 5,102,919r 5,138,885r 5,133,374r 5,170,994p	-7.6 +4.4 +1.9 +0.9 +2.1 +1.4 -0.7 +1.5r +0.7r -0.1r +0.7p

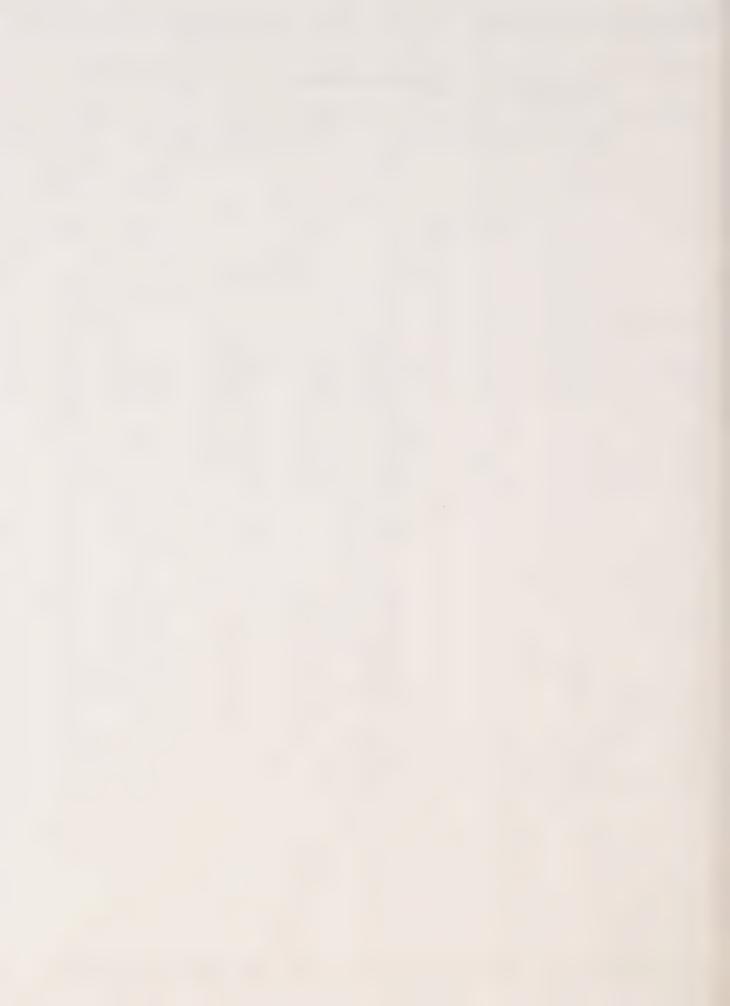
#### TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, 1 Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

TABLEAU 11. Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	s de dollars	per cent - pe	ourcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426 3,061,188 3,002,453 2,837,616 2,979,894 3,224,942 3,150,133 de dollars	-12.5 -1.0 +1.2 +6.8 +2.5 +2.4 -1.9 -5.9 +4.8 +8.2 -2.3	-8.5 -7.6 -4.0 + 2.3 + 5.0 + 6.5 + 6.8 + 1.8 + 2.7 + 8.8 + 0.8
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2.668 2,727 2,849 2,993 3,038 3,083 3,113 2,964r 3,021r 3,183r 3,047p	-5.3 + 2.2 + 4.5 + 5.1 + 1.5 + 1.6 + 0.3 -4.8r + 1.9r + 5.4r -4.3p	-7.9 -7.4 -2.6 + 2.3 + 2.5 + 3.8 + 4.8 + 0.7r + 3.0r + 8.7r + 2.2p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



# Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

# Appendice I

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les révisions en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins liées à la façon dont les données sont produites se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

The measures of the reliability of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif l.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

# Appendix II

### List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### **Junior Department Store Organizations**

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

# Appendice II

### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

### Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

### **TEXT TABLE I.** TABLEAU EXPLICATIF I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - November Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Novembre

	Respons Taux de r	Response fraction <sup>2</sup> Fraction de réponse <sup>2</sup>	
	Survey units <sup>3</sup> Unités d'enquête <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup> Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>	
		per cent - pourcentage	
		oci ociii pourociiiage	
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	98.8	90.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon		100.0	100.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		100.0	100.0

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

### **TEXT TABLE II.** TABLEAU EXPLICATIF II.

Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990	0	1991			
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays		
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis		
January - Janvier	26	4	26	4		
February – Février	24	4	24	4		
March - Mars	27	5	26	5		
April - Avril	24	4	26	4		
May - Mai	26	4	26	4		
June - Juin	26	5	26	5		
July - Juillet	25	4	26	4		
August - Août	27	4	26	5		
September - Septembre	24	5	24	4		
October - Octobre	26	4	26	4		
November - Novembre	26	4	26	5		
December - Décembre	25	5	25	4		

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations

Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente.

The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

## FOR FURTHER READING

Selected Publications from Statistics Canada

# LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmis les publications de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks. Monthly, Bilingual.	Ventes et stocks des grands magasins. Mensuel, Bilingue.	63-002
<b>Department Store Sales by Region.</b> Advance Release. <i>Monthly, Bilingual.</i>	Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. <i>Mensuel, Bilingue.</i>	63-004
Retail Trade. Monthly, Bilingual.	Commerce de détail. Mensuel, Bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales. Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs. Mensuel, Bilingue.	63-007
Merchandising Inventories. Monthly, Bilingual.	Stocks commerciaux. Mensuel, Bilingue.	63-014
Retail Chain and Department stores. Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins. Annuel, Bilingue.	63-210
Vending Machine Operators. Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques. Annuel, Bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada. Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada. Annuel, Bilingue.	63-218
Campus Bookstores. Annual, Bilingual.	Librairies de campus. Annuel, Bilingue.	63-219
Market Research Handbook. Annual, Bilingual.	Recueil statistique des études de marché. Annuel, Bilingue.	63-224
Retail Trade Historical Statistics. 1972-1979. Occasional, Bilingual.	Commerce de détail statistiques historiques. 1972-1979. Hors série, Bilingue.	63-538

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

### Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande passée par téléphone ou télécopieur.

### Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F au catalogue, prix Canada: \$13.95 \$, États-Unis: 17 \$ US, et Autres pays: 20 \$ US.



# **ORDER FORM**

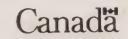
## Statistics Canada Publications

MAIL TO: Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (Please print) Company Department Attention Address City Pastal Code		Char	Purchase Orde Payment enclor Bill me later (m ge to my: Account Numb Expiry Date ture	er Number (sed	MasterCa	ard [		
Catalogue Number	Title	Cileit	Required Issue	Annu	al Subscr Book Pri United States US\$	iption	Qty	Total \$
Canadian customers add 7% Goods	and Services Tax.					UBTOTAL GST (7%)		
might include special shipping and h						AND TOTA		
Cheque or money order should be no Clients from the United States and confirmation fro	nade payable to the Receiver General for their countries pay total amount in US for 1-800-267-667	unds dr	awn on a US t	oank.		d MasterCa Accoun	ard	PF 03681 1991-01

Version française de ce bon de commande disponible sur demande



Statistics Statistique Canada





## **BON DE COMMANDE**

## Publications de Statistique Canada

POSTEZ À:  Vente des publications Statistique Canada  TÉLÉCOPIEZ À: (613) 951-1584  Le bon télécopié tient lieu de commande originale. Veuillez ne			MODALITÉS DE PAIEMENT						
			Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)						
	ntario) K1A 0T6	pas envoyer de confirmation		Paiement inclu	s				:
(En caractères	s d'imprimerie s.v.p.)			Envoyez-moi la	facture pli	us tard (m	ax. 500 \$)		
Entreprise _			Porte	ez à mon com	pte :	MasterC	ard	□ VIS	SA
Service									
				Nº de compte				111	
				Date d'expiration	on L	1111			
		Province	Signa	iture					
Code postal		Tél	Nume	èro de référenc	e du client				
				Édition		nement ar de la pub			
Numero au		Titre		demandée	Canada	États-	Autres	Qté	Total \$
catalogue					\$	Unis \$ US	pays \$ US		•
					Ψ	<b>\$ 00</b>	\$ 00		
							1	1	
							TOTAL		
Les clients ca	anadiens ajoutent la	taxe de 7 % sur les produits et services.				Т	PS (7 %)		
		s'appliquent au prix des publications et no et de manutention particuliers et la TPS.	n au to	tal général; ce	dernier	тот	AL GÉNÉ	RAL	
		être fait à l'ordre du Receveur général du r paient le montant total en dollars US tiré:				ents cana	diens paie	ent en do	ollars

1-800-267-6677

This order coupon is available in English upon request



Pour un service plus

rapide, composez

Canada

Comptes VISA et MasterCard PF

03681

1991-01

# PICK A TOPIC... ANY TOPIC

The 1992 Statistics Canada Catalogue is your guide to the most

complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the Catalogue will point you in the cright direction.

From the most popular topics of the day — like employment, income, trade, and education — to specific research studies — like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas — you'll find it all here. We've even included a selection of key statistics from recent publications.

# ... the 1992 Statistics Canada Catalogue will help you get your bearings...

The Catalogue puts all this information at your fingertips.
With the expanded index, you can search by subject, author or title — even periodical articles are indexed.



And for 1992, a separate index has been added for all our electronic products.

The Catalogue has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 80 new titles, plus succinct abstracts of the over 800 titles and 11 map series already produced;
- a preview of upcoming 1991 census products;
- easy ordering information to avoid delays;
- electronic products in a variety of media, and advice on getting expert assistance and on-line searches;
- tabs to each section so you can immediately flip to the information you need.

...time and time again

To make sure that the Catalogue stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today — you'll be lost without it.

# CHOISISSEZ UN SUJET... N'IMPORTE LEQUEL

Le Catalogue de Statistique
Canada 1992 est votre guide pour la
collection la plus complète de
faits et de chiffres sur le monde,
en constante évolution, du
commerce, du milieu social et
de l'économie. Peu importe ce
que vous voulez
savoir, il vous
mettra sur la

bonne piste.

Des sujets actuels les plus populaires — comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation, à des études de recherche particulières, comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines — vous trouverez tout dans ce document.

Nous avons même inclus une sélection des plus importantes statistiques provenant des plus récentes publications.

...le Catalogue de Statistique Canada 1992 vous aidera à vous orienter...

Le Catalogue vous met tous ces renseignements sous la main.

L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre — les articles de périodiques sont même indexés. Et pour 1992, on a ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le Catalogue a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique
Canada:

descriptions
de plus de 80
nouveaux titres
et courts résumés des 800 titres
et plus et des 11 séries de cartes
déjà disponibles;

• premier aperçu des futurs produits du recensement de 1991;

- renseignements clairs pour passer les commandes afin d'éviter les délais;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour les produits électroniques et les recherches en direct;
- systèmes d'onglets pour chaque section sur la couverture arrière pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

# ... maintes et maintes fois

Pour garantir que le Catalogue puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui — vous ne pourrez plus vous passer de lui.

### 1992 STATISTICS CANADA CATALOGUE

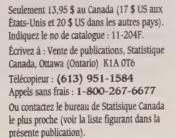


Only \$13.95 in Canada (US\$17 in the US and US\$20 in other countries). Quote Catalogue number 11-204E. Write to: Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A OT6

Fax: (613) 951-1584 Call toll free: 1-800-267-6677

Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

### CATALOGUE DE STATISTIQUE CANADA 1992





# THE MARKET RESEARCH HANDBOOK 1992

# The fastest way to get off to a good start!

Brainstorming with your colleagues produces some great marketing ideas. But which ones will you use? The Market Research Handbook 1992 can help you narrow your options before you commit any more time and resources to developing your strategy.

This handbook is the most comprehensive statistical compendium on Canadian consumers and the businesses that serve them.

It helps you to identify, define and locate your target markets.

# Looking for...

...socio-economic and demographic profiles of 45 urban areas?

... revenue and expenditure data for retailers and small businesses?

The Market Research Handbook 1992 has it all... and more. It provides information on:

- personal spending
- size and composition of households
- wages and salaries
- investment in Canadian industries
- labour force in various industries
- industry and consumer prices

It has been one of our bestsellers since 1977 for the simple reason that it offers such a range and depth of market data. Save time and money when you're looking for data or data sources, keep the **Market Research Handbook 1992** close at hand for easy reference.

The **Market Research Handbook 1992** (Cat. no. 63-224) is \$94 (plus 7 % GST) in Canada, US\$113 in the United States and US\$132 in other countries.

To order, write to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

For faster service fax your order to 1-613-951-1584. Or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# LE RECUEIL STATISTIQUE DES ÉTUDES DE MARCHE 1992

# Pour partir du bon pied!

Des séances de remue-méninges jaillissent d'excellentes idées de commercialisation. Mais lesquelles choisir? Le **Recueil** 

statistique des études
de marché 1992 peut
vous faciliter les choix
avant que vous n'engagie
plus de temps et de ressor
à l'élaboration de votre stra

Ce recueil statistique est le plu exhaustif qui soit sur les consommateurs canadiens et les entreprises

qui les servent. Il vous aide à définir et situer vos marchés cibles.

### Vous cherchez...

...des profils socio-économiques et démographiques de 45 régions urbaines ?

...des données sur les recettes et les dépenses de détaillants et de petites entreprises ?

Le Recueil contient tout cela... et plus encore :

- dépenses personnelles
- taille et composition des ménages
- traitements et salaires
- investissements par secteur d'activité économique
- population active par secteur d'activité
- prix de l'industrie et de la consommation

Si c'est l'un de nos succès depuis 1977, c'est parce qu'il vor renseigne en long et en large sur le marché. Pour économiser temps et argent, vous ne sauriez vous en passer.

Le **Recueil statistique des études de marché 1992** (n° 63-224 au catalogue) coûte 94 \$ (TPS de 7% en sus) au Canada, 113 \$ US aux États-Un et 132 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

Pour un service plus rapide, commandez par télécopieur au 1-613-951-1584. Ou composez sans frais le 1-800-267-6677 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard.

Department store sales and stocks

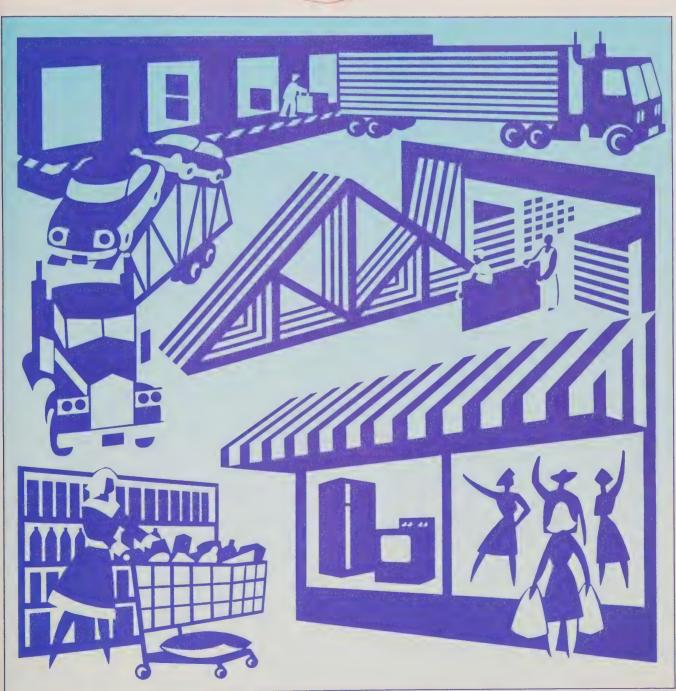
Catalogue 63-002 Monthly

December 1991



# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1991



### Data in Many Forms ...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

### **How to Obtain More Information**

Inquiries about this publication and the listed documents should be directed to:

Retail Trade Section, Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-9656) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-3028

#### **How to Order Publications**

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Credit card only (973-8018)

#### Des données sous plusieurs formes ...

Statistique Canada diffuse les données sous diverses formes. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou tous les documents énumérés doivent être adressées à:

Section du commerce de détail, Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-9656) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la CB. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la	

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

Appelez à frais virés au 403-495-3028

1(613)951-7277

NorthwesTel Inc.)

Numéro du télécopieur 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Carte de crédit seulement (973-8018)



Statistics Canada Industry Division Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

December 1991

Statistique Canada

Division de l'industrie Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1991

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

Minister of Industry,
 Science and Technology, 1992

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Chief, Author Services, Publications Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1992

Price: Canada: \$14.40 per issue,

\$144.00 annually

United States: US\$17.30 per issue,

US\$173.00 annually

Other Countries: US\$20.20 per issue,

US\$202.00 annually

Catalogue No. 63-002, Vol. 56, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

 Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, 1992

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du Chef, Services aux auteurs, Division des publications, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A OT6.

Juillet 1992

Prix: Canada: 14,40 \$ l'exemplaire,

144 \$ par année

États-Unis: 17,30 \$ US l'exemplaire,

173 \$ US par année

Autres pays: 20,20 \$ US l'exemplaire,

202 \$ US par année

N° 63-002 au catalogue, vol. 56, n° 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

### **Note of Appreciation**

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing cooperation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses and governments. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

#### Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises et les administrations canadiennes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

# **Symbols**

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- -- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

#### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Electronic Data Dissemination Division staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- P.N. Triandafillou, Director, Industry Division
- B. Nemes, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- O. Code, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- D. Roeske, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

### Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- -- nombres infimes.
- <sup>p</sup> nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

#### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice nº 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de la Division de la diffusion informatique des données, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- P.N. Triandafillou, directeur, Division de l'industrie
- B. Nemes, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions. Division de l'industrie
- O. Code, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- D. Roeske, économiste principal, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.



# **Table of Contents**

# Table des matières

		Page			Page
High	lights	5	Poin	ts saillants	5
Table	e		Tabl	eau	
1.	Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991	8	1.	Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	8
2.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991	10	2.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	10
3.	Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	12	3.	Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991	12
4.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991	14	4.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991	14
5.	Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991	14	5.	Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines,1990-1991	14
6.	Sales and Market Share of Department Stores by Type of Department Store, Canada, 1989 to 1991	17	6.	Ventes et parts de marché des grands magasins par genre de grand magasin, Canada, 1989 à 1991	17
7.	Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991	18	7.	Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	18
8.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted by Department, Canada, 1990-1991	19	8.	Stocks mensuels des grands magasins non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991	19
9.	Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991	20	9.	Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991	20
10.	Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991	22	10.	Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991	22
11.	Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991	23	11.	Comptes à recevoir, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991	23

#### TABLE DES MATIÈRES - fin TABLE OF CONTENTS - Concluded Page Page **Appendix Appendice** 25 I. Champ de l'enquête I. Scope of the Survey 25 26 Notes explicatives **Explanatory Notes** 26 II. Liste des organisations des grands magasins II. List of Departement Store Organisations 28 28 **Text Table** Tableau explicatif I. Measures of Reliability, Department I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada 29 Stores, Canada, 29 II. Number of Shopping Days, by Month, II. Nombre de jours commerciaux, par mois,1990 1990 and 1991 29 et 1991 29 For Further Reading 30 Lectures suggérées 30

# **Highlights**

### Seasonally Adjusted Data

- Department store sales (including concessions) totalled \$1,091 million in December 1991, an increase of 2.2% from the previous month's total (revised) of 1,068 million.
- The 2.2% increase for the month of December 1991 returned sales to early 1991 levels.
   December 1991 sales remained 10% below December 1990.
- Department store stocks (at selling value) totalled \$5,273 million at the end of December, an increase of 1.6% from the November 1991 value (revised) of \$5,191 million.

### Faits saillants

### Données désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires pour décembre 1991, les ventes des grands magasins (incluant les concessions) ont totalisé \$1,091 millions, une hausse de 2.2% par rapport à l'estimation révisée de novembre (\$1,068 millions).
- L'augmentation de 2.2% dans les ventes en décembre, nous ramène aux niveaux des ventes enregistrées pendant les premiers mois de 1991. Les ventes pour décembre 1991 sont demeurés 10% inférieures aux ventes enregistrées en décembre 1990.
- La valeur des stocks (valeur de vente) a connu une hausse de 1.6% par rapport au mois précédent (\$5,191 millions, chiffre révisé) et s'élevait à la fin de décembre 1991 à \$5,273 millions.

### Note to Users

Departement store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data include the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1991 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in departement store sales for 1990 is available for Canada.

### Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada.

**Statistical Tables** 

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1990-1991

			Unadjusted	- Non désaisor	nalisées	
		1990	0	199 <sup>.</sup>	1	Change Variation
	Department	November	December	November	December	December 1991/1990
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	Décembre 1991/1990
No.			thousands o	of dollars		001.000
			milliers de			per cent pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses,	13,973	17,185	12,446	14,045	-18.3
2	aprons and uniforms Women's and misses' coats and suits Women's and misses' sportswear	30,550 93,218	26,524 123,788	26,848 92,545	21,695 119,502	-18.2 -3.5
4 5	Furs Infants' and children's wear and nursery equipment	2,707 60,141	4,277 70,046	57,917	67,208	-4.1
6 7 8 9	Girls' and teenage girls' wear Lingerie and women's sleepwear Intimate apparel Millinery Women's and girls' hosiery	24,828 32,769 18,090 3,551 19,205	30,952 59,901 26,882 4,715 26,477	22,697 29,812 19,133 2,311 19,074	27,730 51,511 25,185 2,953 25,068	-10.4 -14.0 -6.3 -37.4 -5.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	31,019	51,562	27,463	42,720	-17.1
12 13 14 15	Women's, misses' and children's footwear Men's clothing Men's furnishings Boys' clothing and furnishings	41,115 37,297 113,473 28,170	43,148 51,056 199,086 36,104	38,020 28,857 104,281 24,840	37,933 37,444 165,917 30,402	-12.1 -26.7 -16.7 -15.8
16 17 18 19 20	Men's and boys' footwear Food and kindred products Toiletries, cosmetics and drugs Photographic equipment and supplies Piece goods	24,822 39,453 92,828 13,093 3,671	30,111 72,166 184,333 25,803 3,962	23,330 37,860 90,964 12,744 3,378	26,484 65,347 168,612 23,831 3,540	-12.0 -9.4 -8.5 -7.6 -10.7
21 22 23 24 25	Linens and domestics Smallwares and notions China and glassware Floor coverings Draperies, curtains and furniture coverings	50,336 13,941 25,233 18,395 16,273	77,764 15,472 48,095 16,649 16,664	53,208 13,081 22,767 16,602 14,209	66,994 13,801 40,567 17,074 13,592	-13.8 -10.8 -15.7 + 2.6 -18.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other	16,327	21,883	12,472	19,125	-12.6
27 28 29 30	nome turnishings Furniture Major appliances Television, radio and music Housewares and small electrical appliances	61,919 59,427 74,039 55,151	62,583 64,042 142,291 99,296	51,938 45,437 75,587 51,276	49,468 50,446 123,526 88,532	-21.0 -21.2 -13.2 -10.8
31 32 33 34 35	Hardware, paints, wallpaper, etc. Plumbing, heating and building materials Jewellery Toys and games Sporting goods and luggage	41,503 12,136 35,328 70,362 44,795	56,560 13,248 73,151 113,935 78,937	37,446 9,917 34,752 70,691 42,008	51,614 10,781 69,985 106,232 70,536	-8.7 -18.6 -4.3 -6.8 -10.6
36 37	Stationery, books and magazines Gasoline, oil, auto accessories, repairs	45,173 20,202	85,663 20,129	41,464 18,616	74,650 17,697	-12.9 -12.1
38 39 40	and supplies Meals and lunches Repairs and services All other departments	25,618 34,930 78,269	30,981 33,518 116,061	25,439 29,962 78,619	28,306 29,168 114,546	-8.6 -13.0 -1.3
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	1,523,336	2,274,998	1,420,011	2,013,763	-11.5

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Total department store sales are derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly". Therefore, the components do not sum to the Canada total.

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non désaisonnalisées et désaisonnalisées<sup>1</sup>, par rayon, Canada, 1990-1991

	Seasonally ad	djusted - Désais	onnalisées			
1991				Change Variation		
September	Octoberr	November <sup>r</sup>	December <sup>p</sup>	December/ November 1991	Rayon	
Septembre <sup>r</sup>	Octobrer	Novembre <sup>r</sup>	Décembre <sup>p</sup>	Décembre/ Novembre 1991		
	thousands	of dollars		per cent		
	milliers de	dollars		pourcentage		
11,013	10,953	10,563	10,422	-1.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	
14,273 79,176	13,207 78,771	13,850 81,525	13,989 83,394	+ 1.0 + 2.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles Vêtements sports pour dames et jeunes filles	
45,252	45,867	46,916	46,979	+ 0.1	Fourrures Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	
16,141 19,335 18,528 1,225	15,851 19,312 18,494 1,210 14,174	16,271 19,585 18,588 1,165 14,202	16,542 19,822 18,477 1,235 14,166	+ 1.7 + 1.2 -0.6 + 6.0 -0.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes Lingerie et vêtements de nuit pour dames Sous-vêtements Chapeaux Bas pour dames et fillettes	
16,816	16,444	16,431	16,728	+ 1.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames	
26,568 18,547 71,897 18,527	26,544 17,583 71,484 18,184	26,379 17,425 71,913 18,088	28,031 17,250 70,984 17,900	+6.3 -1.0 -1.3 -1.0	et fillettes Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants Vêtements pour hommes Articles d'habillement pour hommes Vêtements et articles d'habillement pour garçons	
14,363 26,473 75,374 10,279 2,354	14,929 28,377 74,732 10,389 2,415	14,885 29,773 74,933 10,748 2,479	15,760 28,513 73,852 10,589 2,725	+5.9 -4.2 -1.4 -1.5 +9.9	Chaussures pour hommes et garçons Produits alimentaires et connexes Articles de toilette, cosmétiques et médicaments Appareils et fournitures photographiques Tissus à la pièce	
44,443 9,362 16,206 10,870	44,295 9,499 16,024 11,029 12,078	45;142 9,463 16,412 11,574 12,181	43,718 9,304 15,933 15,397 12,063	-3.2 -1.7 -2.9 + 33.0 -1.0	Menus articles Porcelaine et verrerie	
12,167 9,775	9,273	9,063	9,376	+3.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles	
47,374 41,073 48,153 41,708	45,774 40,990 50,094 42,331	46,124 38,392 52,477 41,025	49,835 40,994 53,029 40,688	+8.0 +6.8 +1.1 -0.8	d'ameublement pour la maison Meubles Gros appareils ménagers Téléviseurs, radios et musique Articles de ménage et petits appareils électriques	
34,979 8,520 22,341 31,313	34,424 8,819 23,431 34,748	32,323 8,542 23,943 33,188	32,867 8,552 23,955 32,516 39,209	+ 1.7 + 0.1  -2.0 -0.4	Bijouterie Jouets et jeux	
39,431 31,603 13,197	38,564 32,457 11,880	39,352 31,590 12,976	31,606 12,750	+ 0.1 -1.7	Papeterie, livres et revues Essence, huile, accessoires d'automobile,	
19,748 25,952 58,750	19,864 25,154 59,123	20,654 24,542 61,964	19,806 25,025 61,876	-4.1 + 2.0 -0.1	réparation et fournitures Repas et casse-croûtes Services et travaux de réparation Tous autres rayons	
1,066,803	1,059,250	1,068,350	1,091,366	+ 2.2	TOTAL, TOUS RAYONS	

Le total des ventes des grands magasins est obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes de chaque total au niveau du Canada, de sorte que la somme des composantes désaisonnalisées n'égale pas le total du Canada.

TABLE 2. Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1990-1991

	Turn of descriptions above	Canada	Newfound- land	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	0 (1)
No.	Type of department store	or dogariment diore		Île-du- Prince- Édouard	Nouvelle- Écosse	Nouveau- Brunswick	Québec
140.			thousa	nds of dollars -	milliers de dolla	ars	
	Major department stores					1	
1 2 3	1990 November December January-December	858,285 1,304,373 7,997,948	x x x	x x x	19,654 26,529 159,047	x x x	151,395 224,030 1,434,087
4 5 6	1991 November December January-December	788,923 1,135,595 7,149,353	x x x	x x x	19,094 24,837 147,992	x x x	135,691 187,494 1,262,020
	Percentage change						
7 8	December 1991/1990 January-December 1991/1990	-12.9 -10.6	x x	x x	-6.4 -7.0	×	-16.3 -12.0
	Junior department stores						
9 10 11	1990 November December January-December	665,051 970,625 6,194,847	x x x	x x x	41,160 53,722 315,783	x x x	122,329 185,427 1,224,478
12 13 14	1991 November December January-December	631,088 878,168 5,753,615	x x x	x x x	35,255 45,479 286,250	x x x	116,934 162,694 1,138,456
	Percentage change						
15 16	December 1991/1990 January-December 1991/1990	-9.5 -7.1	×	X	-15.3 -9.4	x x	-12.3 -7.0
	Total, all department stores						
17 18 19	1990 November December January-December	1,523,336 2,274,998 14,192,795	26,898 34,857 207,476	9,090 13,275 86,386	60,815 80,251 474,834	39,550 51,867 316,298	273,724 409,458 2,658,569
20 21 22	1991 November December January-December	1,420,011 2,013,763 12,902,967	22,464 29,427 184,593	6,347 10,175 57,967	54,349 70,316 434,240	36,378 45,882 289,075	252,625 350,188 2,400,475
	Percentage change						
23 24	December 1991/1990 January-December 1991/1990	-11.5 -9.1	-15.6 -11.0	-23.4 -32.9	-12.4 -8.5	-11.5 -8.6	-14.5 -9.7

TABLEAU 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

				British		
Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	Colombie- Britannique	Genre de grand magasin	N°
	thousands o	f dollars - milliers de	dollars			
					Grands magasins traditionnels	
347,774 543,358 3,266,486	39,292 53,754 345,882	x x x	112,294 171,750 1,052,085	145,274 228,299 1,388,557	1990 Novembre Décembre Janvier-décembre	1 2 3
324,374 478,523 2,887,940	33,633 46,169 300,956	x x x	100,676 146,542 949,911	138,543 204,161 1,294,819	1991 Novembre Décembre Janvier-décembre	4 5 6
					Variation procentuelle	
-11.9 -11.6	-14.1 -13.0	×	-14.7 -9.7	-10.6 -6.8	Décembre 1991/1990 Janvier-décembre 1991/1990	7 8
					Grands magasins populaires	
275,398 403,502 2,566,149	27,500 40,408 258,284	x x x	54,809 80,939 532,070	64,693 97,850 627,737	1990 Novembre Décembre Janvier-décembre	9 10 11
266,582 370,023 2,404,376	24,571 35,892 232,908	x x x	53,817 75,875 503,726	63,762 92,316 593,598	1991 Novembre Décembre Janvier-décembre	12 13 14
					Variation procentuelle	
-8.3 -6.3	-11.2 -9.8	x x	-6.3 -5.3	-5.7 -5.4	Décembre 1991/1990 Janvier-décembre 1991/1990	15 16
					Ensemble des grands magasins	
623,170 946,860 5,832,635	66,791 94,163 604,166	46,228 65,429 411,987	167,104 252,689 1,584,157	209,966 326,149 2,016,292	1990 Novembre Décembre Janvier-décembre	17 18 19
590,956 848,546 5,292,315	58,204 82,060 533,864	41,890 58,277 368,383	154,492 222,416 1,453,635	202,305 296,476 1,888,416	1991 Novembre Décembre Janvier-décembre	20 21 22
					Variation procentuelle	
-10.4 -9.3	-12.9 -11.6	-10.9 -10.6	-12.0 -8.2	-9.1 -6.3	Décembre 1991/1990 Janvier-décembre 1991/1990	23 24

Major and Junior Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991 TABLE 3.

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
			thousands	of dollars - milliers de	dollars	
	Major department stores					
1	1990 November	45,755	50,403	x	32,066	96,862
3	December January-December	69,788 433,214	76,450 473,271	x x	54,639 297,340	147,590 923,448
4	1991 November	41,396	44,757	×	28,398	87,982
5 6	December January-December	58,646 383,616	65,941 427,915	X X	46,605 264,161	124,006 806,314
	Percentage change					
7 8	December 1991/1990 January-December 1991/1990	-16.0 -11.4	-13.7 -9.6	×	-14.7 -11.2	-16.0 -12.7
	Junior department stores					
9	1990 November	15,090	22,529	×	13,604	52,183
10 11	December January-December	23,516 161,940	32,514 217,857	X X	20,266 125,538	81,348 524,853
12 13	1991 November December	15,344 22,846	21,364 29,778	. x	13,060 18,387	50,137 71,509
14	January-December	149,007	201,354	x	116,399	479,662
	Percentage change					
15 16	December 1991/1990 January-December 1991/1990	-2.8 -8.0	-8.4 -7.6	x x	-9.3 -7.3	-12.1 -8.6
	Total, all department stores					
17 18	1990 November December	60,846 93,304	72,932 108,964	32,287 41,991	45,671	149,045
19	January-December	595,153	691,130	255,545	74,905 422,879	228,938 1,448,301
20 21	1991 November December	56,740	66,122	28,787	41,458	138,119
22	January-December	81,492 532,622	95,720 629,272	36,628 224,798	64,993 380,560	195,515 1,285,977
	Percentage change					
23 24	December 1991/1990 January-December 1991/1990	-12.7 -10.5	-12.2 -9.0	-12.8 -12.0	-13.2 -10.0	-14.6 -11.2

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991 TABLEAU 3.

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	No
	thousands of d	ollars - milliers de	dollars			
					Grands magasins traditionnels	
42,356 64,483	x x	161,954 261,596	90,124	x x	1990 Novembre Décembre	1 2
390,648	x	1,577,986	888,282	×	Janvier-décembre	3
39,332	x	158,216	87,910	X	1991 Novembre	4
56,027 352,982	X	233,980 1,405,542	132,388 833,743	×	Décembre Janvier-décembre	6
					Variation procentuelle	
-13.1 -9.6	x x	-10.6 -10.9	-8.3 -6.1	. X	Décembre 1991/1990 Janvier-décembre 1990/1991	7 8
					Grands magasins populaires	
28,669 40,518	x x	72,237 108,908	21,464 32,858	X X	1990 Novembre Décembre	10
274,142	х	701,880	214,201	X	Janvier-décembre	11
29,059 39,327	x x	69,466 93,866	19,691 29,364	x x	1991 Novembre Décembre	12
257,625	x	638,840	192,735	×	Janvier-décembre	14
					Variation procentuelle	
-2.9 -6.0	×	-13.8 -9.0	-10.6 -10.0	x x	Décembre 1991/1990 Janvier-décembre 1991/1990	15
					Ensemble des grands magasins	
71,025 105,001	37,249 52,964	234,191 370,503	111,588 177,227	59,537 83,251	1990 Novembre Décembre	17
664,790	366,523	2,279,861	1,102,484	537,393		19
68,391	33,730	227,682	107,601 161,752	51,606 72,316	1991 Novembre Décembre	20
95,355 610,607	44,666 324,843	327,846 2,044,381	1,026,476	470,522	Janvier-décembre	22
					Variation procentuelle	
-9.2	-15.7 -11.4	-11.5 -10.3	-8.7 -6.9	-13.1 -12.4	Décembre 1991/1990 Janvier-décembre 1991/1990	23

TABLE 4. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Province, 1990-1991

No.	Type of department store	Canada	Newfound- land Terre- Neuve	Prince Edward Island Île-du- Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
				number -	nombre		
	Major department stores						
1 2	1990 November December	333 333	3 3	1	10	5	54 54
3 4	1991 November December	331 330	2 2	1 1	11 12	5 5	55 55
	Junior department stores						
5 6	1990 November December	554 554	16 16	5	31 31	25 25	109 109
7 8	1991 November December	567 567	16 16	5	30 30	26 26	112 112
	Total, all department stores						
9	1990 November December	887 887	19	6	41	30 30	163 163
11 12	1991 November December	898 897	18 18	6	41 42	31 31	167 167

TABLE 5. Number of Major and Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1990-1991

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
				number - nombre		
	Major department stores					
1 2	1990 November December	14 14	22 22	6	14 14	29 29
3	1991 November December	14 14	22 21	7 7	14 14	30 29
	Junior department stores					
5 6	1990 November December	13 13	17 17	11 11	10 10	42 42
7 8	1991 November December	13 13	18 18	10 10	11 11	44 44
	Total, all department stores					
9 10	1990 November December	27 27	39 39	17 17	24 24	71 71
11 12	1991 November December	27 27	40 39	17 17	25 25	74 73

TABLEAU 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, par province, 1990-1991

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia Colombie- Britannique	Genre de grand magasın	N°
		number - nombre				
		Individual individual			Grands magasins traditionnels	
132 132	13 13	13 13	50 50	52 52	1990 Novembre Décembre	1 2
131 130	13 13	12 12	49 48	52 52	1991 Novembre Décembre	3 4
					Grands magasins populaires	
220 220	23 23	22 22	46 46	57 57	1990 Novembre Décembre	5
225 225	23 23	22 22	48 48	60 60	1991 Novembre Décembre	7 8
					Ensemble des grands magasins	
352 352	36 36	35 35	96 96	109 109	1990 Novembre Décembre	9
356 355	36 36	34 34	97 96	112 112	1991 Novembre Décembre	11 12
355	36	34	90	112	Decemble	12

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et populaires, selon certaines régions métropolitaines, 1990-1991 TABLEAU 5.

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre	e de grand magasin	No
		number - nombre					
					Grane	ds magasins traditionnels	
14 15	7	53 54	27 27	12 12	1990	Novembre Décembre	1 2
15 15	7 7	54 54	29 29	12 12	1991	Novembre Décembre	3 4
					Gran	ds magasins populaires	
21 21	13 13	59 59	17 17	17 17	1990	Novembre Décembre	5
23 23	13 13	61 61	17 17	17 17	1991	Novembre Décembre	7 8
					Ensemble des grands magasins		
35 36	20	112 113	44 44	29 29	1990	Novembre Décembre	9
38 38	20 20	115 115	46 46	29 29	1991	Novembre Décembre	11 12

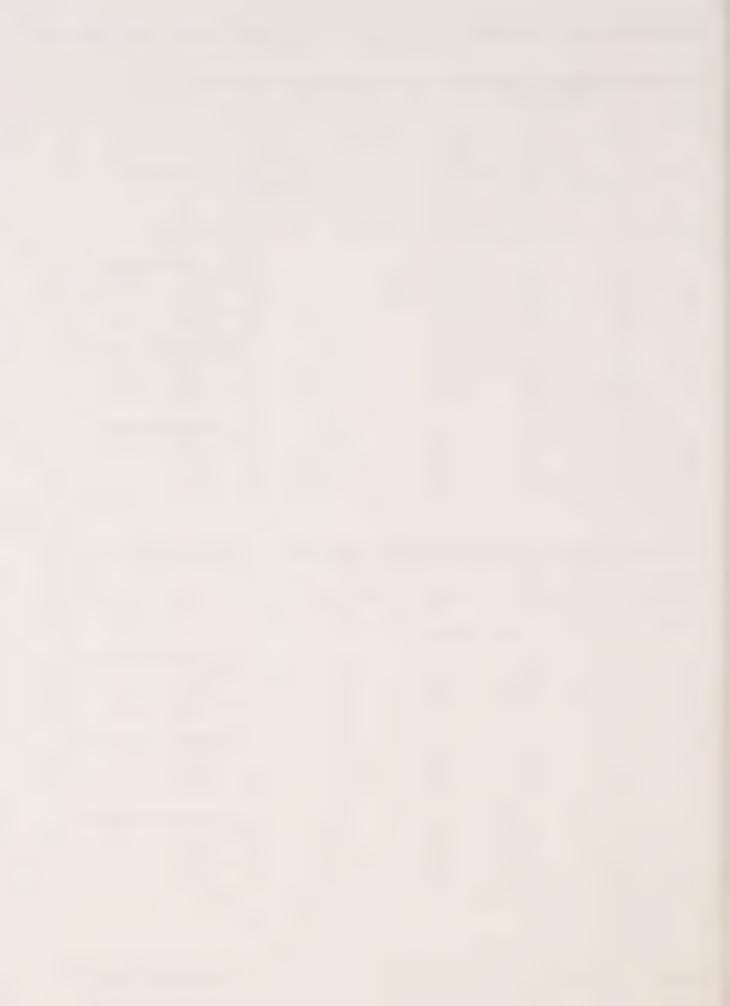


TABLE 6. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1989-1991

TABLEAU 6. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1989 à 1991

	Department stores  Grands magasins							
Period Période	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires			
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales	Distribution		
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1989								
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre Year – Année	748,593 747,072 984,168 1,035,282 1,143,826 1,141,708 974,876 1,106,864 1,148,502 1,154,643 1,529,566 2,199,195 13,914,295	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	460,357 453,322 575,600 606,169 649,947 664,595 564,979 623,259 698,000 677,713 882,771 1,259,636 8,116,348	61.5 60.7 58.5 58.6 56.8 58.2 58.0 56.3 60.8 58.7 57.7 57.3 58.3	288,235 293,749 408,568 429,113 493,879 477,113 409,896 483,605 450,501 476,930 646,795 939,559 5,797,943	38.5 39.3 41.5 41.4 43.2 41.8 42.0 43.7 39.2 41.3 42.3 42.7 41.7		
1990								
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juin July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre Year – Année	785,893 770,137 1,025,455 1,059,098 1,122,447 1,158,406 988,304 1,128,286 1,151,240 1,205,195 1,523,336 2,274,998 14,192,795	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	469,556 436,233 584,878 567,713 611,986 653,950 539,247 612,105 677,648 681,974 858,285 1,304,373 7,997,948	59.7 56.6 57.0 53.6 54.5 56.5 54.6 54.3 58.9 56.6 56.3 57.3 56.4	316,337 333,904 440,577 491,385 510,461 504,456 449,057 516,181 473,592 523,221 665,051 970,625 6,619,847	40.3 43.4 43.0 46.4 45.5 43.5 45.4 45.7 41.1 43.3 43.7 42.7 43.6		
1991						44.5		
January – Janvier February – Février March – Mars April – Avril May – Mai June – Juil July – Juillet August – Août September – Septembre October – Octobre November – Novembre December – Décembre Year – Année	676,302 705,678 909,004 957,866 1,081,819 1,031,917 934,038 1,072,909 1,001,933 1,097,727 1,420,011 2,013,763 12,902,967	100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0	375,614 381,826 507,870 517,350 584,850 579,802 510,423 573,252 584,682 609,166 788,923 1,135,595 7,149,353	55.5 54.1 55.9 54.0 54.1 56.2 54.6 53.4 58.4 55.5 55.5 56.4	300,688 323,853 401,134 440,516 496,969 452,115 423,615 499,658 417,251 488,560 631,088 878,168 5,753,615	44.5 45.9 44.1 46.0 45.9 43.8 45.4 46.6 41.6 44.5 43.6 44.6		

TABLE 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1990-1991

TABLEAU 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

January-December - Janvier-décembre

	Department	Sales - Ventes		Change 1991/1990
		1000	1001	Mariaka
	Rayon	1990	1991	Variation 1991/1990
0.				
		thousands of dollars milliers de dollars		per cen
	NA/	milliers de	dollars	pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	154,709	137,920	-10.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour	104,703	107,320	10.3
	dames et jeunes filles	200,868	168,903	-15.9
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	1,009,791	951,543	-5.8
4	Furs - Fourrures	18,318	951,543	-5.0
	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour			••
	bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	580,338	552,915	-4.7
6   7	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	223,169	194,676	-12.8
ĺ	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	264,127	235,384	-10.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements  Millinery - Chapeaux	212,225 22,452	214,976 15,915	+ 1.3
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	174,538	166,869	-29.1 -4.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles	77 1,000	100,003	7.7
	et articles de parure pour dames et fillettes	231,002	204,595	-11.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, ieunes filles et enfants	050.000	040.044	40.5
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	356,323 283,142	318,941 228,092	-10.5 -19.4
	Men's furnishings – Articles d'habillement pour hommes	974,364	878,637	-9.8
	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	250,876	219,899	-12.3
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	197,690	179,060	-9.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	374,437	336,505	-10.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	955,929	890,829	-6.8
	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	134,852   35,392	124,896   30,075	-7.4
	Linens and domestics – Literie et linge de maison	563,152	526,906	-15.0 -6.4
22	Smallwares and notions - Menus articles	124,584	115,048	-7.7
	China and glassware - Porcelaine et verrerie	223,448	196,201	-12.2
	Floor coverings - Revêtements de plancher	161,703	133,735	-17.3
	Draperies, curtains and furniture coverings – Tentures, rideaux et housses	177,942	150,412	-15.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	128,192	117,479	0.4
27	Furniture - Meubles	676,280	565,384	-8.4 -16.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	589,555	493,699	-16.3
20	Tologician realizated and access Title in a continue of			
30	Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et	681,496	600,909	-11.8
	petits appareils électriques	524,728	501,617	-4.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	427,903	400,299	-6.5
32	Plumbing, heating and building materials - Materiel de plomberie,			
33	chauffage et construction  Jewellery - Bijouterie	130,867	103,241	-21.1
	Toys and games - Jouets et jeux	305,782 408,680	280,264 391,055	-8.3 -4.3
35	Sporting goods and luggage – Articles de sport et valises	527,176	484,803	-8.0
	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	422,890	385,760	-8.8
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence,	122,000	000,700	-0.0
	huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	163,496	148,123	-9.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	258,237	237,833	-7.9
10	Repairs and services - Services et travaux de réparation All other departments - Tous autres rayons	343,058	303,035	-11.7
		699,077	716,537	+ 2.5
T 1	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	14,192,795	12,902,967	-9.1

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks, 1 Unadjusted, by Department, Canada, 1990-1991 TABLEAU 8. Stocks¹ mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1990-1991

		Unadjusted - Non désaisonnalisés						
		199	0	199	1	Change -	Variation	
	Department Rayon	November	December	November	December	December/ November	Decembe 1991/1990	
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	Décembre/ novembre 1991	Décembre 1991/1990	
		thous	ands of dollars	s - milliers de	dollars	per cent -	pourcentage	
	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons uniforms – Robes, robes de ménage, tabliers							
2	et uniformes pour dames et jeunes filles Women's and misses' coats and suits – Manteaux et	74,826	49,002	73,340	50,072	-31.7	+2.	
	tailleurs pour dames et jeunes filles	78,099	43,468	74,998	47,662	-36.4	+ 9.	
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles	356,941	250,311	408,467	290,993	-28.8	+ 16.	
	Furs - Fourrures Infants' and children's wear and nursery equipment -	16,350	12,106	***				
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	206,911	152,779	220,659	168,069	-23.8	+ 10.	
;	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de						+9.	
	fillettes et d'adolescentes Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements	91,129	53,214	88,787	58,247	-34.4		
	de nuit pour dames Intimate apparel – Sous-vêtements	143,267 97,267	76,041 83,872	130,092	77,339   109,185	-40.6 -1.3	+ 1. + 30.	
	Millinery - Chapeaux Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	11,614 75,643	6,530 61,999	11,325 80,935	7,163 67,226	-36.8 -16.9	+9+8	
	Women's and girls' ribstery - Bas pour dames et mierces  Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants,							
	moufles et articles de parure pour dames et fillettes Women's, misses' and children's footwear - Chaussures	125,836	76,591	127,742	84,889	-33.5	+ 10	
	pour dames, jeunes filles et enfants	145,674 161,364	123,787 103,881	148,634 145,191	139,524 102,425	-6.1 -29.5	+ 12	
	Men's clothing - Vêtements pour hommes  Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	409,808	247,878	416,638	271,207	-34.9	+9	
	Boys' clothing and furnishings – Vêtements et articles d'habillement pour garçons	64,669	36,082	71,578	52,234	-27.0	+ 44	
	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes	100,076	85,749	87,451	81,656	-6.6	-4	
	et garçons Food and kindred products - Produits alimentaires		46,682	99,967	56,049	-43.9	+ 20	
	et connexes Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette,	87,229				-19.4	+ 7	
	cosmétiques et médicaments Photographic equipment and supplies – Appareils et	473,138	361,104	481,564	387,936			
	fournitures photographiques Piece goods - Tissus à la pièce	64,622 20,926	55,728 18,938	68,936 22,118	59,012 20,767	-14.4 -6.1	+5+9	
	Linens and domestics - Literie et linge de maison	261,074	263,156	308,558	290,074 65,531	-6.0 -6.2	+ 10	
	Smallwares and notions - Menus articles China and glassware - Porcelaine et verrerie	64,471   148,543	58,407   114,165	69,881 163,178	130,009	-20.3	+ 13	
	Floor coverings - Revêtements de plancher Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures,	61,112	59,056	83,296	74,810	-10.2	+ 26	
	rideaux et housses	84,337	83,069	74,983	73,855	-1.5	-11	
6	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings – Lampes, tableaux, miroirs et autres articles					110		
,	d'ameublement pour la maison	86,296 172,759	56,485   176,400	71,197 174,293	61,093 171,084	-14.2 -1.8	+:	
3	Furniture - Meubles Major appliances - Gros appareils ménagers	119,692 328,232	100,701 280,364	109,408 350,179	102,068 280,786	-6.7 -19.8	++	
)	Television, radio and music – Téléviseurs, radios et musique Housewares and small electrical appliances – Articles		202,279	297.568	238.739	-19.8	+ 13	
	de ménage et petits appareils électriques Hardware, paints, wallpaper, etc Quincaillerie, peinture,	288,424	202,219	297,500				
	nanier-tenture etc.	202,972	168,802	221,271	187,299	-15.4	+1	
	Plumbing, heating and building materials – Matériel de plomberie, chauffage et construction	59,532	55,731 171,507	58,705 251,516	56,810 201,112	-3.2 -20.0	+ 1	
1	Jewellery - Bijouterie Toys and games - Jouets et jeux	235,986 276,826	152,438	262,762	149,641	-43.1	-	
	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	319,267	241,309	336,517	238,309 184,721	-29.0 -23.0	+ 1	
ò	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues Gasoline, oil, auto accessories, repairs and	221,734	160,203	239,935	104,721	-23.0	, ,	
	supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile,	77,222	72,952	80,052	73,387	-8.3		
8	réparation et fournitures Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	9	8	4,605 410	2,089 403	-54.6 -1.7		
9	Renairs and services - Services et travaux de reparations	411 184,778	192 106,193	178,422	112,685	-36.8	+	
0	All other departments - Tous autres rayons ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,999,066	4,469,159	6,205,747	4,826,663	-22.2	+	

TABLE 9. Department Store Monthly Stock-Sales and Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1990-1991

			Stock-sales/Sto	cks-ventes		
	Department	1990		1991		
	Department	November	December	November	Decembe	
		Novembre	Décembre	Novembre	Décembre	
No.						
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and	5.35	2.85	5.89	3.57	
	uniforms	0.00	2.00	0.00	0.07	
2	Women's and misses' coats and suits	2.56	1.64	2.79	2.20	
3	Women's and misses' sportswear	3.83	2.02	4.41	2.44	
4	Furs	6.04	2.83		0.50	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.44	2.18	3.81	2.50	
6	Girls' and teenage girls' wear	3.67	1.72	3.91	2.10	
7	Lingerie and women's sleepwear	4.37	1.27	4.36	1.50	
8	Intimate apparel	5.38	3.12	5.78	4.34	
9	Millinery	3.27	1.38	4.90	2.43	
10	Women's and girls' hosiery	3.94	2.34	4.24	2.68	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.06	1.49	4.65	1.99	
12	Women's, misses' and children's footwear	3.54	2.87	3.91	3 68	
13	Men's clothing	4.33	2.03	5.03	2.74	
14	Men's furnishings	3.61	1.25	4.00	1.63	
15	Boys' clothing and furnishings	2.30	1.00	2.88	1.72	
16	Men's and boys' footwear	4.03	2.85	3.75	3 08	
17	Food and kindred products	2.21	0.64	2.64	0.86	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.10	1.96	5.29	2.30	
19	Photographic equipment and supplies	4.94	2.16	5.41	2.47	
20	Piece goods	5.71	4.78	6.55	5.87	
21	Linens and domestics	5.19	3.38	5.80	4.33	
22	Smallwares and notions	4.62	3.77	5.34	4.75	
23	China and glassware	5.89	2.37	7.17	3.20	
24	Floor coverings	3.32	3.55	5.02	4.38	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.18	4.99	5.28	5.43	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5.29	2.58	5.71	3.19	
27	Furniture	2.79	2.82	3.36	3.46	
28	Major appliances	2.01	1.57	2.41	2.02	
29	Television, radio and music	4.43	1.97	4.63	2.27	
30	Housewares and small electrical appliances	5.23	2.04	5.80	2.70	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.89	2.98	5.91	3.63	
32	Plumbing, heating and building materials	4.91	4.21	5.92	5.27	
33	Jewellery	6.68	2.34	7.24	2.87	
34	Toys and games	3.93	1.34	3.72	1.41	
35	Sporting goods and luggage	7.13	3.06	8.01	3.39	
36	Stationery, books and magazines	4.91	1.87	5.79	2.47	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.82	3.62	4.30	4.15	
38	Meals and lunches	0.02	5.02	0.18	0.07	
39	Repairs and services	0.01	0.01	0.01	0.01	
40	All other departments	2.36	0.91	2.27	0.98	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2.04	4.06	4.27	0.40	
7	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.94	1.96	4.37	2.40	

TABLEAU 9. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1990-1991

			ntes-stocks	Sales-stock/Ver		
	Rayon	1	1990 1991		1990 1991	
	Tayon	December	November	December	November	
N		Décembre	Novembre	Décembre	Novembre	
	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	0.23	0.17	0.28	0.18	
	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	0.35	0.31	0.44	0.35	
	Vêtements sports pour dames et jeunes filles	0.34	0.23	0.41	0.26	
	Fourrures		***	0.30	0.15	
	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	0.35	0.26	0.39	0.28	
	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	0.38	0.25	0.43	0.26	
	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	0.50	0.24	0.55	0.24	
	Sous-vêtements	0.23	0.17	0.30	0.19	
1	Chapeaux Bas pour dames et fillettes	0.32	0.19	0.52	0.29	
	bas pour dames et miettes	0.54	0.24	0.36	0.25	
1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	0.40	0.22	0.51	0.25	
1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	0.26	0.25	0.32	0.27	
	Vêtements pour hommes	0.30	0.19	0.38	0.22	
	Articles d'habillement pour hommes	0.48	0.26	0.61	0.28	
1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	0.49	0.34	0.72	0.42	
1	Chaussures pour hommes et garçons	0.31	0.27	0.32	0.24	
1	Produits alimentaires et connexes	0.84	0.40	1.08	0.50	
1	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	0.39	0.20	0.44	0.21	
1	Appareils et fournitures photographiques	0.37	0.20	0.43	0.22	
2	Tissus à la pièce	0.17	0.15	0.20	0.17	
2	Literie et linge de maison	0.22	0.18	0.30	0.20	
1	Menus articles	0.20	0.19	0.25	0.21	
13	Porcelaine et verrerie	0.28	0.14	0.37	0.17	
	Revêtements de plancher	0.22	0.21	0.28	0.29	
	Tentures, rideaux et housses	0.18	0.19	0.20	0.19	
1 2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement la maison	0.29	0.18	0.31	0.19	
	Meubles	0.29	0.30	0.36	0.36	
	Gros appareils ménagers	0.48	0.42	0.58	0.50	
	Téléviseurs, radios et musique	0.39	0.22	0.47	0.24	
	Articles de ménage et petits appareils électriques	0.33	0.18	0.40	0.20	
	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	0.25	0.17	0.30	0.22	
	Matériel de plomberie, chauffage et construction	0.19	0.17	0.23	0.19	
	Bijouterie	0.31	0.15	0.36	0.16	
	Jouets et jeux	0.52	0.26	0.53	0.24	
'	Articles de sport et valises	0.25	0.12	0.28	0.15	
	Papeterie, livres et revues	0.35	0.18	0.45	0.21	
	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	0.23	0.23	0.43	0.21	
	Repas et casse-croûtes			0.27	0.20	
	Services et travaux de réparation		•••			
	Tous autres rayons	0.79	0.44	0.80	0.43	
	TOTAL, TOUS RAYONS	0.37	0.23	0.43	0.26	

TABLE 10. Department Store Monthly Stocks, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1988 to 1991

TABLEAU 10. Stocks mensuels des grands magasins, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1988 à 1991

Period	Unadjusted change	Year/year per cent	Seasonally adjusted change	Month/month per cent
Période	Non désaison- nalisé	Variation en pourcentage année/année	Désaison- nalisé	Variation en pourcentage mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1988				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,747,053 4,172,132 4,549,184 4,612,756 4,529,920 4,320,309 4,317,360 4,499,736 4,816,722 5,228,143 5,404,438 4,185,431	+ 0.4 + 2.1 + 0.8 + 0.3 + 1.1 + 1.2 + 0.6 + 1.2 + 1.2 + 0.8 + 5.3 + 4.0	4,378,993 4,426,299 4,481,223 4,476,053 4,532,932 4,580,894 4,539,486 4,559,004 4,527,455 4,551,265 4,566,732 4,557,738	+ 0.1 + 1.1 + 1.2 -0.1 + 1.3 + 1.1 -0.9 + 0.4 -0.7 + 0.5 + 0.3 -0.2
1989				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,891,929 4,254,234 4,528,526 4,782,837 4,687,659 4,414,302 4,467,859 4,653,472 5,090,455 5,635,843 5,691,448 4,324,560	+ 3.9 + 2.0 -0.5 + 3.7 + 3.5 + 2.2 + 3.5 + 3.4 + 5.7 + 7.8 + 5.3 + 3.3	4,606,218 4,659,486 4,488,126 4,684,729 4,696,187 4,668,456 4,724,960 4,669,337 4,766,814 4,863,233 4,787,137 4,755,872	+1.1 +1.2 -3.7 +4.4 +0.2 -0.6 +1.2 -1.2 +2.1 +2.0 -1.6 -0.7
1990				
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	3,971,540 4,389,949 4,761,241 4,912,895 4,806,183 4,536,523 4,630,744 4,934,391 5,322,391 5,825,385 5,999,066 4,469,159	+ 2.0 + 3.2 + 5.1 + 2.3 + 2.5 + 2.8 + 3.6 + 6.0 + 4.6 + 3.4 + 5.4 + 3.3	4,729,657 4,819,251 4,723,078 4,814,452 4,787,931 4,823,786 4,878,320 4,964,266 5,997,102 4,989,320 5,015,064 4,931,961	-0.6 + 1.9 -2.0 + 1.9 -0.6 + 0.7 + 1.1 + 1.8 + 0.7 -0.2 + 0.5 -1.7
1991 January - Janvier	2 220 242	0.0	4.550.500	7.0
January - Février  March - Mars  April - Avril  May - Mai  June - Juin  July - Juillet  August - Août  September - Septembre  October - Octobre  November - Novembre  December - Décembre	3,830,243 4,313,721 4,777,997 5,019,408 5,014,036 4,748,133 4,781,413 5,107,840 5,500,127 6,069,929 6,205,747 4,826,663	-3.6 -1.7 +0.4 +2.6 +4.3 +4.7 +3.3 +3.5 +3.3 +4.2 +3.4 +8.0	4,556,526 4,757,605 4,847,027 4,892,503 4,997,439 5,065,660 5,029,538 5,102,919 5,145,129r 5,143,895r 5,191,340r 5,273,320p	-7.6 +4.4 +1.9 +0.9 +2.1 +1.4 -0.7 +1.5 +0.8r -r +0.9r +1.6p

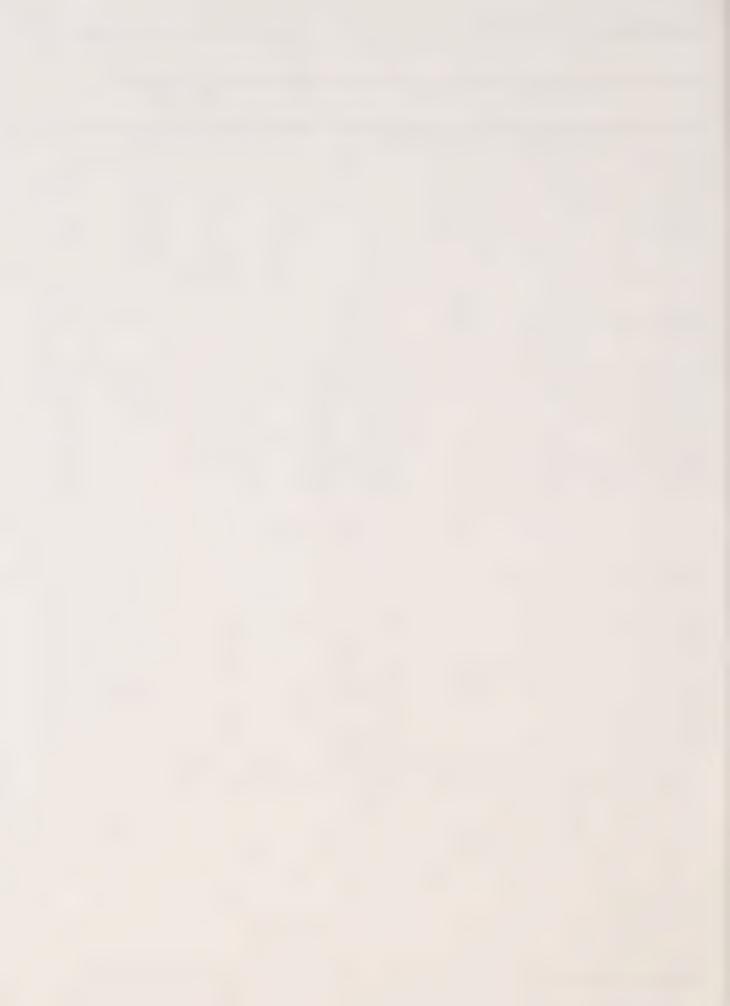
TABLE 11. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, 1 Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1989 to 1991

Comptes à recevoir<sup>1</sup>, non désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1989 à 1991

Month Mois	1989	1990	1991	Change from previous month  Variation par rapport au mois précédent	Change 1991/1990 Variation 1991/1990
	thousands of	dollars - milliers	de dollars	per cent - po	urcentage
Unadjusted - Non désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,803,816 2,657,810 2,619,226 2,648,197 2,616,193 2,723,806 2,674,141 2,669,817 2,774,958 2,844,046 2,972,039 3,250,429	3,045,737 2,919,811 2,844,984 2,850,701 2,846,451 2,874,908 2,812,164 2,786,793 2,900,514 2,962,871 3,124,800 3,185,972	2,787,986 2,696,628 2,729,883 2,916,668 2,988,426 3,061,188 3,002,453 2,837,616 2,979,894 3,224,942 3,150,133 2,767,877 de dollars	-12.5 -1.0 + 1.2 + 6.8 + 2.5 + 2.4 -1.9 -5.9 + 4.8 + 8.2 -2.3 -12.1	-8.5 -7.6 -4.0 +2.3 +5.0 +6.5 +6.8 +1.8 +2.7 +8.8 +0.8
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier February - Février March - Mars April - Avril May - Mai June - Juin July - Juillet August - Août September - Septembre October - Octobre November - Novembre December - Décembre	2,651.0 2,665.0 2,687.0 2,718.0 2,732.0 2,821.0 2,831.0 2,830.0 2,808.0 2,814.0 2,834.0 2,872.0	2,897.0 2,944.0 2,924.0 2,927.0 2,961.0 2,967.0 2,962.0 2,943.0 2,933.0 2,928.0 2,981.0 2,818.0	2,668 2,727 2,849 2,993 3,038 3,083 3,113 2,964 2,955r 3,102r 2,924r 2,536p	-5.3 +2.2 +4.5 +5.1 +1.5 +1.6 +0.3 -4.8 -0.3r +4.9r -5.7r -13.3p	-7.9 -7.4 -2.6 +2.3 +2.5 +3.8 +5.1 +0.7 +0.8r +5.9r -1.9r -10.0p

Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with

Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.



#### Appendix I

#### SCOPE OF SURVEY

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the department store organizations.

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services.

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held

#### Appendice I

#### CHAMP DE L'ENQUÊTE

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des sociétés de grands magasins tel que rapporté par les organisations des grands magasins.

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un impòrtant rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les

by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable.

Finally, seasonally adjusted data as well as constant dollar estimates are provided.

Information on definitions, survey methodology, seasonal adjustment method, data reliability and confidentiality are published only in the March issue of this publication. For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

#### **EXPLANATORY NOTES**

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stock ratios are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the March issue of this publication.

The "List of Department Store Organizations" is published in the March issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks related to the way data are gathered apply only to the previous year data. They are conducted at the end of the year and consequently, the revised figures are published yearly in the March issue of the following year of this publication. The revisions resulting from the seasonal adjustment procedures are both monthly and annual. In the case of monthly revisions, the corrected figures for the current month (April for example) and the two previous months (February and March) are published in the following month issue of the present catalogue

grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées.

Finalement, des données désaisonnalisées ainsi que des estimations en dollars constants y sont présentées.

L'information sur les définitions, la méthodologie d'enquête, la méthode de désaisonnalisation, la fiabilité et la confidentialité des données est publiée seulement dans le numéro du mois de mars de cette publication. Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, (téléphone: 613-951-9656).

#### **NOTES EXPLICATIVES**

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

La liste de référence des marchandises qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de mars.

La "liste des organisations de grands magasins" est reproduite dans le numéro de mars de cette publication.

Les **révisions** en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins **liées à la façon dont les données sont produites** se rapportent seulement aux données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les **révisions résultant de la procédure de désaisonnalisation** sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas des révisions mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (avril par exemple) et aux deux mois précédents (février et mars) sont ajoutés à la publication du mois suivant (mai), tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une

(May), while the annual revisions are published once a year in the March issue. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

The **number of shopping days** that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Constant dollar estimates are obtained by deflating the 40 department groups by the appropriate price index taken from the CPI. The indexes are adjusted to remove provincial sale taxes since, by definition, department store sales exclude these taxes. The deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The current dollar estimate is divided by the constant dollar estimate to yield the "implicit" price index.

fois l'an, dans le bulletin de mars. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif l.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

La valeur estimative en dollars constants est obtenue en dégonflant les 40 groupes de rayons par l'IPC. Les indices sont ajustés pour enlever les taxes de ventes provinciales, puisque par définition, les ventes des grands magasins exclus ces taxes. Les estimations de ces groupes de rayons sont par la suite totallisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'estimation en dollars courants est divisée par l'estimation en dollars constants pour ainsi produire un indice de prix "implicite".

#### Appendix II

# List of Department Store Organizations Major Department Store Organizations

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### **Junior Department Store Organizations**

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

#### Appendice II

#### Liste des organisations de grands magasins Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto, Ontario

James A. Ogilvy's Inc., 1307 Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec

Robinson's Div. of Comark, 1160 Blair Rd., Burlington, Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario

Woodward Stores Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

#### Organisations de grands magasins populaires

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Les Magasins M Inc./M Stores Inc., 5151 Thimens, St-Laurent, Québec

Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario

Zeller's Inc., 5100 De Maisonneuve Ouest, Montréal, Québec

#### TEXT TABLE I. TABLEAU EXPLICATIF I.

#### Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1991 - December Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1991 - Décembre

		,			
		Response rate <sup>1</sup> Taux de réponse <sup>1</sup>			
	Survey units <sup>3</sup>	Organizational units <sup>4</sup>			
	Unités d'enquête <sup>3</sup>	Unités orga- nisationnelles <sup>4</sup>			
		per cent - pourcentage			
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0		
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	***	100.0	100.0		
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon		100.0	100.0		
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois		100.0	100.0		

The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

#### **TEXT TABLE II.** TABLEAU EXPLICATIF II.

#### Number of Shopping Days, by Month, 1990 and 1991 Nombre de jours commerciaux, par mois, 1990 et 1991

	1990		1991			
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays		
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis		
January - Janvier	26	4	26	4		
February - Février	24	4	24	4		
March - Mars	27	5	26	5		
April - Avril	24	4	26	4		
May - Mai	26	4	26	4		
June - Juin	26	5	26	5		
July – Juillet	25	4	26	4		
August - Août	27	4	26	5		
September - Septembre	24	5	24	4		
October - Octobre	26	4	26	4		
November - Novembre	26	4	26			
December - Décembre	25	5	25	4		

Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

The survey units are the 10 provinces and the four metropolitan areas in which a department store organization operates department store locations

Les unités d'enquête sont les 10 provinces et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de

The organizational units are the department store companies.

Les unités organisationnelles représentent les sociétés des grands magasins.

#### FOR FURTHER READING

Selected Publications from Statistics Canada

#### LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmis les publications de Statistique Canada

Title	Titre	Catalogue
Department Store Sales and Stocks. Monthly, Bilingual.	Ventes et stocks des grands magasins. Mensuel, Bilingue.	63-002
<b>Department Store Sales by Region.</b> Advance Release. <i>Monthly, Bilingual.</i>	Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. Mensuel, Bilingue.	63-004
Retail Trade. Monthly, Bilingual.	Commerce de détail. Mensuel, Bilingue.	63-005
New Motor Vehicle Sales. Monthly, Bilingual.	Ventes de véhicules automobiles neufs. Mensuel, Bilingue.	63-007
Merchandising Inventories. Monthly, Bilingual.	Stocks commerciaux. Mensuel, Bilingue.	63-014
Retail Chain and Department stores. Annual, Bilingual.	Magasins de détail à succursales et les grands magasins. Annuel, Bilingue.	63-210
Vending Machine Operators. Annual, Bilingual.	Exploitants de distributeurs automatiques. Annuel, Bilingue.	63-213
Direct Selling in Canada. Annual, Bilingual.	La vente directe au Canada. Annuel, Bilingue.	63-218
Campus Bookstores. Annual, Bilingual.	Librairies de campus. Annuel, Bilingue.	63-219
Market Research Handbook. Annual, Bilingual.	Recueil statistique des études de marché. Annuel, Bilingue.	63-224
Retail Trade Historical Statistics. 1972-1979. Occasional, Bilingual.	Commerce de détail statistiques historiques. 1972-1979. Hors série, Bilingue.	63-538

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

#### Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande passée par téléphone ou télécopieur.

#### Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F au catalogue, prix Canada: \$13.95 \$, États-Unis: 17 \$ US, et Autres pays: 20 \$ US.

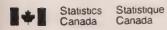


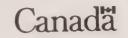
#### ORDER FORM

#### Statistics Canada Publications

MAIL TO: Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario, K1A 0T6  Company Department Attention  FAX TO: (613) 951-1584 This fax will be treated as an original order Please do not send confirmation.			METHOD OF PAYMENT  Purchase Order Number (please enclose)  Payment enclosed \$  Bill me later (max. \$500)  Charge to my:						
Address		Province	Expiry Date Signature						
Postal Code		Tel	Client	Reference Nu	mber				
Catalogue Number		Title		Required Issue		al Subscr Book Pri United States US\$	'	Qty	Total \$
						S	UBTOTAL		
Canadian cus	stomers add 7% Goods	and Services Tax.					GST (7%)		
Please note the might include	hat discounts are applied special shipping and ha	to the price of the publication and no	ot to the	total amount v	which	GR	AND TOT	AL	
Cheque or mo	oney order should be ma the United States and ot	ade payable to the Receiver General her countries pay total amount in US	for Can funds d	ada/Publication rawn on a US	ns. Canadi bank.	an clients	pay in Car	nadian	
For faster se	ervice	1-800-267-667	77 7			VISA an	d MasterC Accou		PF 03681 1991-01

Version française de ce bon de commande disponible sur demande







#### **BON DE COMMANDE**

#### Publications de Statistique Canada

Statistique Ottawa (Or (En caractères Entreprise Service À l'attention of Adresse Ville	publications	MODALITÉS DE PAIEMENT    Numéro d'ordre d'achat (inclure s.v.p.)   Paiement inclus   Envoyez-moi la facture plus tard (max. 500 \$)  Portez à mon compte : MasterCard VISA  Nº de compte Date d'expiration  Signature  Numéro de référence du client								
Numéro au catalogue					Édition demandée		de la pub États- Unis \$ US		Qté	Total \$
				-						
								TOTAL		
Les clients car	nadiens ajoutent la f	axe de 7 % sur le	es produits et services.				Ť	PS (7 %)		
			x des publications et nor particuliers et la TPS.	au tot	al général; ce d	dernier	тоти	AL GÉNÉF	RAL	
Le chèque ou canadiens; les	mandat-poste doit i clients à l'étranger	ètre fait à l'ordre d paient le montant	u Receveur général du ( total en dollars US tirés	Canada sur un	- Publication e banque amér	ns. Les cli ricaine.	ents cana	diens paier	nt en do	llars
Pour un serv rapide, comp		7	1-800-267-667	7 7	7		Com	ptes VISA MasterC	et ard	PF 03681 1991-01

This order coupon is available in English upon request



Statistics Canada



# HIRE OUR TEAM OF RESEARCHERS FOR \$53 A YEAR



# NOTRE ÉQUIPE DE CHERCHEURS EST À VOTRE SERVICE POUR 53\$PAR ANNÉE

Subscribing to **Perspectives on Labour and Income** is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But Perspectives is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analysing the statistics to bring you simple, clear summaries of where the labour market and income distributions are headed.

Our team of experts is working to bring you the latest labour and income data. Each quarterly issue has:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research projects
- information on new survey results

As a special bonus, twice a year you will also receive a Labour Market Review, giving you up-to-the-minute analysis and data of how the labour market has performed over the last six months or year.

#### And all for only \$53.00.

Thousands of Canadian professionals turn to **Perspectives** to discover new trends in labour and income and to stay up-to-date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find **Perspectives** indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading your first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to **Perspectives** today.

#### ORDER NOW!

For only \$53 (plus \$3.71 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$64 for U.S. customers and US\$74 for customers outside North America.
Fax your Visa or MasterCard order to: 613-951-1584

Call toll free:

#### 1-800-267-6677

Or mail to:
Publication Sales and Service
Statistics Canada
Ottawa, Ontario K1A 0T6
Or contact your nearest
Statistics Canada Reference
Centre listed in this
publication.

S'abonner à **L'emploi et le revenue en perspective**, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les tendances actuelles du marché du travail et de la répartition des revenus.

Notre équipe de spécialistes travaille activement afin de mettre à votre disposition des données actuelles sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez

- des articles de fond rédigés par des spécialistes de l'emploi et du revenu;
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu;
- un aperçu des projets de recherche en cours;
- de l'information provenant des nouvelles enquêtes.

En plus, vous recevrez une revue du marché du travail, un supplément publié deux fois par année.

#### Tout cela pour 53 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent **Perspective** pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que L'emploi et le revenu en perspective deviendra pour vous un outil indispensable. Nous le garantissons. Si vous n'êtes pas satisfaits après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à Perspective dès aujourd'hui.

#### ABONNEZ-VOUS DES MAINTENANT:

Pour 53 \$ seulement (plus 3,71 \$ de TPS), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année).

L'abonnement est de 64 \$ US aux États-Unis et de 74 \$ US à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

Faites parvenir votre commande par télécopieur (Visa ou MasterCard):

613-951-1584

par téléphone (sans frais) :

#### 1-800-267-6677

par courrier:
Publications - Ventes et services
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
ou contactez le bureau de Statistique
Canada le plus proche.
(Voir la liste dans la
présente publication.)

# To those of you who need in-depth information about the labour market...

...Statistics Canada produces *Labour Force Annual Averages 1991* - a reference publication created specifically to meet those needs. With detailed data ... Quick-reference summaries and graphs ... Geographical breakdowns in unprecedented detail ... More variables and cross classifications than published in the monthly issues of *The Labour Force*.

#### The Labour Force Annual Averages 1991 covers:

- an overview of changes that occurred in the service industries over the period 1976 to 1991;
- time loss and absenteeism by industry and province;
- full-time and part-time employment by industry and province;
- occupations for Census Metropolitan Areas (CMAs) and economic regions;
- industries for CMAs and economic regions;
- labour market participation and family responsibilities by provinces;
- and more.

Labour Force Annual Averages 1991. Part and parcel of Statistics Canada's customer-driven approach to business information.

Labour Force Annual Averages 1991 (catalogue number 71-220) is available for \$39 in Canada, US\$47 in the United States and US\$55 in other countries.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. Or contact the Statistics Canada Regional Reference Centre nearest you. (A list of centres appears in this publication.)



## À ceux d'entre vous qui désirent obtenir de l'information plus détaillée sur le marché du travail...

...Statistique Canada présente Moyennes annuelles de la population active 1991 - un document de référence créé spécialement à votre intention. Vous y trouverez des données détaillées, des sommaires et des graphiques faciles à consulter, des ventilations géographiques plus détaillées qu'auparavant et davantage de variables et de recoupements qu'il n'en paraît dans les numéros mensuels de *La population active*.

### Moyennes annuelles de la population active 1991 porte sur:

- un aperçu des changements qui sont survenus dans le secteur des services au cours de la période 1976 à 1991:
- les heures perdues et l'absentéisme, ventilés par secteur d'activité et province;
- l'emploi à plein temps et à temps partiel, ventilé par secteur d'activité et province;
- les professions dans les régions métropolitaines et les régions économiques;
- les secteurs d'activité dans les régions métropolitaines et les régions économiques;
- la participation au marché du travail et les obligations familiales selon la province;
- et bien d'autres.

Moyennes annuelles de la population active 1991 est un pivot de l'approche de Statistique Canada qui vise à satisfaire les besoins de ses clients en matière d'information.

Moyennes annuelles de la population active 1991 (numéro 71-220 au catalogue) : est offert à 39 \$ au Canada, 47 \$ US aux États-Unis et 55 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, prière d'écrire à l'adresse auivante : Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquer avec le centre régional de consultation de Statistique Canada le plus proche (liste des centres incluse dans la présente publication).

Pour accélérer le service, commander par télécopieur au 1-613-951-1584, ou composer sans frais le 1-800-267-6677 et utiliser la carte VISA ou MasterCard.



